



بحوث جامعية فى الإعلام



سلسلة دراسات وبحوث إعلامية (٤)

# بحوث جامعية فى الإعلام

تأليف

د. منجر محمد ونبى

مدرس الصحافة والإعلام General Organ

كلية الآداب بسوهاج

دار الفجر للنشر والتوزيع

القاهرة



رقم الايداع

94 - 10735  
I . S . B . N  
977-246- 0/2 -2

الطبعة الاولى

1996م

حقوق الطبع والنشر محفوظة للناشر

لايجوز نشر أى جزء من هذا الكتاب او اختزان مادته بطريقة الاسترجاع او نقله على اى نحو اوبأى طريقة سواء كانت اليكترونية او ميكانيكية أو خلاف ذلك إلا بموافقة الناشر على هذا كتابة ومقدما .

**دار الفجر للنشر والتوزيع**

5 شارع التيسير - نهاية شارع الملك فيصل - الهرم - مصر

ت / فاكس : 3831972

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ربنا لا تؤاخذنا إن نسينا أو أخطأنا﴾

صدق الله العظيم



## تقديم

تنبع أهمية هذه الدراسة من أنها أول محاولة لمسح جهود قسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج فى مجال إثراء الدراسات الاعلامية منذ انشاء القسم وحتى أكتوبر ١٩٩٤م ولعلها فى الوقت نفسه المحاولة الأولى على مستوى الأقسام النظرية بالجامعة .

وقد جاءت هذه المحاولة فى وقتها المناسب ، فقد آن لنا أن نرصد ماذا قدمت الجامعة لخدمة المجتمع . وواقع هذه الدراسة يبنى بأنها قدمت الكثير . نرجو بمشيئة الله أن تكون مساهمتنا فى مجال خدمة وتنمية وتطوير المجتمع المصرى عامة وجنوب الصعيد خاصة أكثر وأكثر .

ونرجو فى الوقت نفسه كافة الجهات المهنية أن تستفيد من توصيات كل هذه البحوث ، وأن تبادر الاقسام العلمية الاخرى بعمل مثل هذه الدراسات لاهميتها التى تحقق التلاحم بين اجيال الباحثين . . وترفع مستوى الاداء للممارسين بما يتعكس فى النهاية على مجتمعنا بالرفاهية والرخاء

والله ولى التوفيق ،،،

أ.د / محمد رأفت محمود

رئيس جامعة جنوب الوادى



## شكر وتقدير

لايسعنى وأنا اقدم للقارى العزيز هذا العدد من سلسلة دراسات وبحوث اعلامية إلا أن اتقدم بخالص شكرى وتقديرى للاستاذ الدكتور / محمد رافت محمود - رئيس جامعة جنوب الوادى وللاستاذ الدكتور / أحمد عبد الله السماحى - نائب رئيس الجامعة للدراسات العليا والبحوث والمشرف على فرع الجامعة بسوهاج على على صادق دعمهما وتشجيعهما لى على إصدار هذا العدد ودعمهما لجهود قسم الصحافة من أجل الاستمرار فى إصدار هذه السلسلة. وأخص بالشكر والتقدير أستاذى الدكتور / محمد منير حجاب رئيس قسم الصحافة الذى قدم لى كل العون وساعدنى بالرأى والفكر والنصيحة وكذلك زملائى اعضاء هيئة التدريس ومعاونيهم بقسم الصحافة.

كما اتقدم بمزيد من الشكر والعرفان الى دار الفجر للنشر والتوزيع على تفضلها بنشر هذه السلسلة. أسأل المولى عز وجل ان ينفع بهذا العمل وان يجد فيه قارئه ما يفيد ، وأن يغفر لنا ان كان ثمة تقصير فقد حاولنا واجتهدنا .

والله ولى التوفيق ،،،

د. سحر محمد وهبى



## الفهرس

13	..... الدراسة التحليلية
63	..... رسائل الماجستير فى الإعلام
165	..... رسائل الدكتوراه فى الإعلام





# دراسة تحليلية



## أولا : مشكلة الدراسة وأهميتها :

تأتى هذه الدراسة فى إطار سلسلة الدراسات الرائدة التى بدأتها كلية الإعلام لتقويم بحوث الإعلام للتعرف على مشكلاتها • وخاصة بعد الطفرة التى شهدتها البحوث الإعلامية فى مصر منذ السبعينات وذلك بعد تحويل قسم الصحافة بكلية الآداب جامعة القاهرة إلى معهد ثم كلية للإعلام وبعد إنشاء أقسام للصحافة والإعلام خارج العاصمة ، ومنها قسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج - جامعة أسيوط - والذى بدأت به الدراسة بمراحلها الجامعية والعليا دفعة واحدة اعتبارا من العام الجامعى ١٩٧٦/١٩٧٧ م . وقد بلغ عدد رسائل الماجستير والدكتوراة التى أجازها القسم منذ إنشائه وحتى أكتوبر عام ١٩٩٤ م (١٨) رسالة ماجستير و (١٣) رسالة دكتوراة . أى ما مجموعه (٣١) رسالة •

أما عدد الرسائل المقيمة به ولم تمنح بعد فبلغ (١٤) رسالة ماجستير و (٨) رسالة دكتوراه أى ما مجموعه (٢٢) رسالة •

وتأتى هذه الدراسة استكمالا للجزء الخاص من رسالتى الدكتوراة التى تعرضت فيها لتقويم بحوث الإعلام التتموى التى أجازتها كلية الإعلام وأقسام الصحافة والإعلام فى مصر حتى نهاية عام ١٩٨٩ م •

وتعرض فى هذه الدراسة لتقويم كافة الرسائل العلمية التى منحها قسم صحافة سوهاج منذ إنشائه وحتى أكتوبر عام ١٩٩٤ م فى محاولة لمسح هذا التراث لتجنب التكرار ما أمكن وتأكيدا لنواحي الجدة ولإبراز الاتجاهات الرئيسية لتلك الدراسات وتصنيفها وفقا لطبيعة الدراسة ونوعها ومناهجها ووفقا لأدوات جمع البيانات وأساليبها ووفقا لعناصر عملية الاتصال •

وتتبع أهمية الدراسة من حيث كونها تمثل أول محاولة لمسح جهود قسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج فى مجال إثراء الدراسات الإعلامية وللتعرف على ملامح هذه المساهمات وتقويمها ولضرورتها من ناحية أخرى لتطوير سياسة الدراسات العليا بالقسم عند تحديد

مجالات البحث التى تحتاج إلى مزيد من الدراسة والمتاهج والأساليب البحثية الملائمة لتحقيق أهداف هذه السياسات .

## ثانيا : الإطار المرجعى للدراسة :

يتضمن الإطار المرجعى للدراسة استعراض أهم الدراسات العربية والأجنبية التى تعرضت لتقويم بحوث الإعلام وأهمها ما يلى :

١ - الدراسة الخاصة بالاتصال والتنمية " قائمة مراجع مختارة حول الاتصال والتنمية الريفية " (١) : وقامت بهذه الدراسة كلية الإعلام فى إطار مشروع بحث الاحتياجات الاتصالية من أجل التنمية الريفية فى مصر ضمن برنامج التخطيط التكنولوجى التى تشرف عليه جامعة القاهرة ومعهد ماساشوتس للتكنولوجيا .

واشتملت الدراسة على قسمين ، تضمن القسم الأول مقدمة وتحليل ، وهو عبارة عن دراسة وصفية للبحوث المتصلة بالتنمية التى تم اختيارها للدراسة وتبلغ (٤٩) دراسة ميدانية قام بها باحثون مصريون وتتصل بالتنمية الريفية ، وتم تصنيفها وفقا للموضوع إلى أربع مجالات هى :

- \* بناء الاتصال ودوره فى المجتمع الريفى .
- \* الإرشاد الزراعى .
- \* القيادة المحلية .
- \* الهجرة الداخلية .

كما تعرضت للمناهج المستخدمة فى هذه الدراسات وإلى أهمية ما توصلت إليه هذه البحوث من نتائج عند التخطيط لسياسات التنمية الريفية .

وخلصت الدراسة بمقترحات حول الخط الذي يجب أن تتبناه أبحاث الاتصال الريفي في المستقبل ومن أهمها ما يلي :

١- الاعتماد بدرجة أكبر على أساليب الملاحظة والتجريب الميداني للتعرف على كيفية تفاعل الفرد مع الرسالة الإعلامية في إطار الجماعة التي ينتمي إليها من ناحية ودرجة الاختلاف بين الاتجاه والسلوك من ناحية أخرى .

٢ - ضرورة وضع سياسة أو خطة عامة للدراسات الإعلامية تفاديا للإزدواج والتكرار وضياح جهود الباحثين وضمانا لتوجيه البحوث نحو حل مشكلات المجتمع .

٣ - زيادة الاعتماد على أسلوب الفريق ، حيث تتاح الفرصة لتعاون وتفاعل الباحثين من تخصصات علمية متنوعة في القيام بدراسات الاتصال الريفي .

٤- أن تهتم أبحاث الاتصال الريفي بأدوات الاعلام الصغيرة وآثارها على الفلاحين ودورها في التنمية الريفية .

٥- أن تهتم أبحاث الاتصال الريفي ضمن دوائر اهتمامها بموضوع تحديد احتياجات الجماعة والفرد من وسائل الاعلام وبيان كيفية توظيف التكنولوجيا الجديدة في اشباع تلك الاحتياجات .

وبالنسبة للقسم الثاني من الدراسة فعبارة عن مستخلصات لـ (٤٩) دراسة منها (٤٠) دراسة لنبيل درجات علمية من أقسام الاعلام والاجتماع والإرشاد الزراعي تم استعراضها وفقا لنسق ثابت تضمن مشكلة الدراسة وأهميتها وأهداف البحث ومنهجه ونتائجه .

## ٢ - بحوث الصحافة فى مصر (٣) :

تتناول هذه الدراسة اسعراضا لعينة عشوائية من البحوث الإعلامية فى مصر بهدف توفير المعلومات المتصلة بالإعلام ووسائله وتصنيفها لمساعدة الباحثين على إجراء بحوثهم دون الحاجة الى تجميع معطيات أو بيانات •

وقد تم تصنيف البحوث الخاصة بعينة الدراسة وفقا لما يلى :

١ - عناصر عملية الاتصال : واشتملت على :

- \* بحوث القائمين بالاتصال ونسبتها ٨٪ من جملة البحوث بعينة الدراسة •
- \* بحوث الوسيلة الإعلامية وتمثل ٣٧٪ من جملة البحوث بعينة الدراسة •
- \* بحوث تأثير الوسيلة ونسبتها ٤١٪
- \* بحوث جمهور الوسيلة ونسبتها ١٤٪

وبالنسبة للإجراءات المنهجية فقد تم تصنيف البحوث بعينة الدراسة وفقا للمعايير الآتية :

- \* عينات البحوث
- \* أدوات جمع البيانات •
- \* نتائج البحوث

## ٣ - الجوانب المنهجية والإجرائية لبحوث الصحافة فى مصر (٣) :

دراسة تحليلية لخطط رسائل الماجستير والدكتوراه المسجلة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وقد خلصت الباحثة من خلال دراستها إلى مجموعة خصائص تحدد الملامح العامة للدراسات الصحفية وأهمها :

- أن بحوث الصحافة قاصرة عن تناول مجالات بحثية عديدة وبخاصة تلك المرتبطة بأخلاقياتها ونظم ملكيتها وإدارتها وبحوث الأثر الطويل المدى والبحوث المقارنة وبحوث اختبار الفروض المتبلورة من نتائج بحوث أخرى •

- انصرف البحث العلمى فى مجال الصحافة عن قضايا المجتمع واحتياجاته.
- غموض الرؤية على مستوى المنهج والإجراءات ، سواء على مستوى درجتى الماجستير والدكتوراة أو على مستوى التصنيفات المختلفة لأنواع البحوث الإعلامية والصحفية أو على مستوى المناهج والأدوات البحثية والخطوات الإجرائية الخاصة بتحديد مجتمع البحث ومفاهيمه ومصطلحاته.
- ضرورة تدعيم ركائز الصحافة كعلم من خلال إعادة النظر فى إعداد الباحث العلمى فى مجال الصحافة ومحاولة وضع الأسس النظرية والمنهجية التى تتفق والاحتياجات البحثية فى مجال الصحافة .

#### ٤ - مشكلات المنهج فى الدراسات الاعلامية وبحوث الصحافة (١) :

- كان أبرز القضايا فى هذا البحث ما يلى :
- أن هناك بعض المجالات البحثية فى الصحافة تقتضى مزيدا من الاهتمام مثل دراسات الجوانب التسويقية والإدارية والإعلان والجوانب الأخلاقية وسياسات الاتصال والتشريعات الصحفية ودراسات الرأى العام والدعاية والصحافة الدولية والطباعة والإخراج الصحفى .
- ضرورة إعادة كتابة تاريخ الصحافة المصرية بالشكل الذى يغطى الفترات المختلفة للصحافة المصرية منذ إنشاء الوقائع المصرية سنة ١٨٢٨ م ، فكثيرا من الدراسات التى أجريت على صحف بعينها أو كتاب بعينهم كانت تغطى فى النهاية فترات معينة وقد أدى ذلك بالطبع إلى وجود بعض الثغرات فى فترات معينة .
- إن كثيرا من البحوث التى درست التحرير الصحفى والصحافة المتخصصة ركزت فى دراستها على المنظور التاريخى ولم تهتم بدراسة الواقع الراهن. والسمى لتطوير هذه الفنون مستقبلا يقتضى ضرورة الاهتمام بدراسة هذه الجوانب .
- إن الحاجة ماسة إلى استخدام مقاييس علمية تجريبية دقيقة لدراسة فن التحرير الصحفى وفن الإخراج الصحفى مما يمكن معه اختبار مدى صلاحية كثير من التقنيات التى تأخذ



- بها كمسلمات طبقت وجربت فى الخارج على جمهور مختلف ومجتمع مختلف وبصفة خاصة ما يمكن أن يطلق عليه بحوث قياس القارئية والمقرؤية .
- ضرورة التكامل فى استخدام الأدوات البحثية للاستفادة من مزايا كل أداة وتلافى عيوبها . وأن يصبح المنهج التكاملى هو الأساس فى بحوث الصحافة وهو ما يتيح الفرصة للخروج بنتائج ودلالات أكثر دقة وموضوعية .
- ضرورة وضع سياسة بحثية لبحوث الصحافة على مستوى مصر وتشجيع البحوث الجماعية للوصول إلى نتائج أكثر عمقا .

#### ٥ - رسائل جامعية فى الإعلام (٥) :

وهو عبارة عن سجل لرسائل الماجستير والدكتوراه التى أجازت بقسم العلاقات العامة والإعلان بالإضافة إلى الرسائل المسجلة بالقسم . وتتضمن موجزا لكل رسالة يشمل المنهج والمحتوى والنتائج بغرض توفير المعلومات للباحثين والممارسين الإعلاميين بما يساعدهم على الارتقاء بمستواهم المهنى ويساعد فى الوقت نفسه للباحثين على التعرف على الموضوعات التى تم بحثها والاستفادة مما انتهى إليه الآخرون .

#### ٦ - تطبيقات استخدام أسلوب تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية فى مصر (٦) :

وتتناول هذه الدراسة البحوث الإعلامية التى استخدمت تحليل المضمون وتشتمل على ١٩ رسالة ماجستير ودكتوراة ودراسين صدرتا فى كتابين وبعض الدراسات التى أجريت بوحدة بحوث رأى العام والإعلام بالمركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية .

وتعرضت الدراسة لتقييم الاجراءات المنهجية لتحليل المضمون مع تقديم أمثلة من واقع هذه الدراسات وخلصت هذه الدراسة بملاحظات هامة على استخدام تحليل المضمون فى الدراسات الإعلامية تضمنت الإشارة إلى الظروف الخاصة بواقع هذا الأسلوب البحثى

بالنسبة للباحثين والمشرفين وإلى أن هناك جهدا قد بذل في كثير من الرسائل والبحوث لتطوير تحليل المضمون . وأن بعض الباحثين قد أضافوا إلى الاستخدامات الشائعة لتحليل المضمون بعدا جديدا من واقع أهداف دراساتهم ، كما أن البعض استخدمه كمحاولة لتغطية ضحالة ثقافتهم أو للإنتهاء سريعا من بحثهم أو وسيلة للهروب من الإدلاء بآرائهم في تفسير الظواهر محل الدراسة .

وانتهت الدراسة إلى أن المدرسة المصرية في تحليل المضمون وإن كانت اعتمدت أساسا على المدرسة الأمريكية إلا أنه قد بدأت تتضح لها معالم جديدة وإن لم تأخذ بعد شكلا نظريا فقد بدأت ذلك بشكل عملي وتطبيقي وربما تشهد السنوات القليلة القادمة إثراء وإضافة نظرية لتحليل المضمون من جانب العلماء المصريين .

#### ٧ - الإعلام والشباب " بيلوجرافية تحليلية مختارة للإنتاج الفكرى العربى (٧) :

وتهدف هذه الدراسة إلى حصر وتحليل ألانتاج الفكرى العربى فى موضوع الإعلام والشباب حتى نهاية عام ١٩٨٢م ( الكتب والدراسات والرسائل الجامعية ومقالات الدوريات الإعلامية المتخصصة ) .

وكان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلى :

- قلة الإنتاج العربى الخاص بالإعلام والشباب حيث بلغ (١٦) قطعة ما بين كتاب ورسالة جامعية ودراسة ميدانية ومقال فى دورية إعلامية متخصصة وهى تمثل نسبة (٥,٥ ٪) من الانتاج الفكرى العربى فى مجال الإعلام و (٢ ٪) من الانتاج الفكرى العربى فى مجال الشباب .

- تستأثر مصر بنحو ٣١,٢٥ ٪ من الانتاج الفكرى العربى فى مجال الإعلام والشباب ويتضمن دراسات ورسائل جامعية وكتب .

- تركّز معظم الدراسات على التلفزيون ٣٧,٥٠ ٪ يليه الراديو ٣١,٢٥ ٪ ونالت السينما كوسيلة اتصال أقل اهتمام مع عدم وجود دراسة تناول وسائل الإعلام المكتوبة ( الصحف والمجلات العامة والمتخصصة )
- نالت دراسات الجمهور أكبر اهتمام حيث بلغت نسبتها ٤٣,٧٥ ٪ والقائم بالاتصال ٦,٢٥ ٪ بينما لم ينل المضمون أى اهتمام من الانتاج الفكرى العربى فى مجال الإعلام والشباب
- قلة الرسائل الجامعية التى تناولت موضوع الإعلام والشباب

واقترحت الدراسة عدة بحوث تحتاج إليها المكتبة العربية فى مجال الإعلام والشباب منها :

- بحوث تستهدف التأريخ للإعلام الشبابى المقروء والمسموع والمرئى
- بحوث تستهدف التعرف على تعرض الشباب لوسائل الإعلام من حيث : مدى التعرض لأنماط التعرض ووسائله وعادات التعرض ومعوقات التعرض الاتصالى
- بحوث تستهدف التعرف على مدى تعرض الشباب العربى بكافة قطاعاته لوسائل الإعلام الأجنبية
- بحوث تستهدف التعرف على أفضل وسائل وأساليب الاتصال بالشباب العربى خارج بلاده ووسائل ربطه بمجتمعه
- بحوث تستهدف التعرف على مضمون الإعلام الشبابى
- بحوث تستهدف دراسة القائم بالاتصال فى مجال الإعلام الشبابى
- بحوث تستهدف التعرف على دور وسائل الإعلام فى إمداد الشباب بالمعلومات والآراء والاتجاهات والقيم
- بحوث تستهدف التعرف على دور وسائل الاعلام فى تدعيم اتجاهات العنف عند الشباب

## ٨ - تحليل مضمون بعض البحوث الإعلامية في دورتين أمريكيتين (٨) .

قام بهذه الدراسة باحثان هما **Brown & Giemertin** لتحليل مضمون بعض البحوث الإعلامية التي نشرت في دورتين أمريكيتين للتعرف على جوانب القصور سواء الموضوعي أو المنهجي وانتهت إلى نتائج عديدة أهمها :

- نقص الدراسات في موضوعات هامة مثل دور الإعلام في مجال التغيير الاجتماعي .
- اعتماد الباحثين على وسائل وأساليب بحثية محدودة مقارنة بالباحثين في مجال علم النفس الذين يعتمدون على أساليب بحثية كثيرة ذات أهمية في مجال الدراسة .
- اعتماد ٥٠٪ من الدراسات على الاستقصاءات والمقابلات لقياس الاتجاهات والآراء والمعلومات .

١٠ - وقد دفعت هذه المؤشرات العامة بعض الباحثين إلى القيام بإجراء دراسات أكثر عمقا على البحوث الإعلامية المنشورة في الدوريات العلمية في أمريكا وأهمها :

\* دراسة **Dennis T. Lawer** بعنوان : " تقويم للبحوث المنشورة في سبع دوريات علمية في السبعينيات " قدمها في المؤتمر السنوي للجمعية الدولية للإعلام ( I . C . A ) في شيكاغو في أبريل عام ١٩٧٨م وقام فيها بدراسة تقويمية لبحوث الإعلام والطرق البحثية المستخدمة فيها والتي نشرت في سبع دوريات علمية لبحوث الإعلام في أمريكا في الفترة من ١٩٧٠م إلى ١٩٧٦م مستخدما أسلوب تحليل المضمون وبلغت عينة المجلات التي خصصت للدراسة ٤٩ عددا وعدد البحوث ٥٤٦ بحثا .

وكانت الأهداف التي تسعى هذه الدراسة للإجابة عليها هي :

١. إلى أي حد يهتم الباحثون بالدراسات التبعية إنطلاقا من التأكيد على أهميتها؟
٢. إلى أي حد يعتمد الباحثون على أساليب بحثية ومناهج معينة ونوعيات بحوث معينة ويهتمون بأساليب ومناهج ونوعيات أخرى ؟

٣. ما هو مستوى التحليل الذى تمت دراسته هل هو شخصية الفرد أم المجموعات

الأولية أم المنظمات أم المجتمعات وبأية نسبة ؟

٤. الى أى حد تسهم بحوث الاعلام فى بناء نظرية مؤسسة على النتائج البحثية ؟

وكانت أهم نتائج هذه الدراسة كالتالى :

- البحوث الأميريكية نسبتها ٥٥٪ من مجموع البحوث الإعلامية .
- تبلغ نسبة استخدام أسلوب تحليل المضمون ١٣٪ .
- يؤثر علم النفس العام وعلم النفس الاجتماعى على الدراسات الإعلامية من حيث التركيز على مستوى الفرد فى التحليل .
- يركز ٨٧٪ من الباحثين على فترات زمنية محددة مما لايسمح بإمكانية دراسة تأثير الإعلام خلال فترات زمنية طويلة ولاتزيد نسبة البحوث التطورية عن ١١٪ .
- يركز ٦٥٪ من الباحثين على مستوى واحد فى التحليل وهو الفرد ولا تأخذ المستويات الأخرى اهتمامات واضحة من الباحثين الإعلاميين .
- أن نسبة ٢٠٪ من البحوث تستخدم المسح بالعينة .
- تستخدم نسبة ٦٣٪ من البحوث ثلاث مناهج وأساليب هى ( المسح بالعينة والتجارب العملية والمقارنة ) .
- أن ٤٢٪ من البحوث يعتمد على التقارير الذاتية .
- أن ٤١٪ من الباحثين يملأون صحائف الاستقصاء بأنفسهم .

ثالثا : نوع الدراسة ومنهجها :

هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية التى تستهدف مسح التراث العلمى الخاص برسائل الماجستير والدكتوراة الممنوحة من قسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج بغرض توفير البيانات الخاصة بهذا التراث للباحثين تحسبا لعدم تكرار الجهود من ناحية ولوصف هذه البيانات وتحليلها لتحديد ملامحها واستخلاص نتائج ودلالات تفيد عند وضع تصور مستقبلى لتطوير الدراسات الإعلامية وتطوير المناهج المستخدمة .

وبالنسبة لجانب المسح من البحث فسوف ينطلق من رؤية محددة لكل بحث تتضمن تغطية الجوانب الآتية :

- \* مشكلة الدراسة وأهميتها .
- \* أهدافها .
- \* المنهج .
- \* أهم النتائج .
- \* أهم التوصيات .

أما الشق التحليلي من الدراسة فيعتمد على منهج المسح التحليلي لتحليل الإجراءات المنهجية للبحوث الإعلامية من خلال أداة مسح المضمون التي سيتم تصميمها لهذا الغرض

#### رابعاً : أهداف الدراسة :

- تحاول الدراسة التحليلية في إطار تحديد الملامح الخاصة للبحوث الإعلامية بقسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج الإجابة عن التساؤلات الآتية :
- ١ - الى أى مدى اهتمت البحوث الاعلامية بكل من المجالين النظرى والتطبيقي ؟
  - ٢ - ما هى الخصائص المميزة للإشراف على الرسائل من حيث :  
" طبيعة الإشراف منفرداً أم مشتركاً "  
" من حيث الاهتمام بالاستعانة بمشرفين من خارج الجامعة "
  - ٣ - ما أكثر المناهج والأدوات البحثية استخداماً من قبل الباحثين وما نوع هذه البحوث ؟
  - ٤ - ما درجة تفضيل الباحثين لكل من العينة والخصر الشامل ؟
  - ٥ - ما فئات البحوث الإعلامية حظيت باهتمام أكثر بحوث القائم بالاتصال أم الوسيلة أم الجمهور أم الاثرونسبة كل منها ؟

#### خامسا : مادة الدراسة :

تناول الدراسة بالتحليل وبأسلوب الحصر الشامل كل رسائل الماجستير والدكتوراة الممنوحة من قسم الصحافة بآداب سوهاج خلال الفترة من ١٩٧٧ وحتى أكتوبر ١٩٩٤م وسيتم في إطارها دراسة (٣١) رسالة ماجستير ودكتوراة لتحقيق أهداف الدراسة . (انظر ملحق "١" قائمة بموضوعات هذه البحوث ) .

#### سادسا : فئات التحليل :

في إطار أهداف الدراسة السابق الإشارة إليها تم تحديد الفئات التالية لتصنيف البيانات وتحليلها وهي:

١ - مجال البحوث ويتضمن :

أ - بحوث نظرية .

ب - بحوث تطبيقية .

٢ - جهة الإشراف :

٣ - نوع الدراسة :

وصفية - كشفية - تجريبية - تاريخية .

٤ - المناهج المستخدمة :

\* المنهج التاريخي .

\* المنهج التجريبي .

\* المنهج المقارن .

\* منهج دراسة الحالة .

\* منهج المسح الميداني

\* منهج المسح التحليلي .

\* أكثر من منهج .

٥ - فئة أدوات جمع البيانات وتشمل :

- \* الاستقصاء •
- \* المقابلة •
- \* الملاحظة •
- \* التجربة •

٦ - فئة أسلوب جمع البيانات :

- \* الحصر الشامل
- \* العينة

٧ - فئة الموضوع :

١ - بحوث القائم بالاتصال .

٢ - بحوث الوسيلة :

وتنقسم وفقا لنوع وشكل الاتصال إلى :

- \* بحوث الصحافة
- \* بحوث الإذاعة
- \* بحوث التلفزيون
- \* بحوث العلاقات العامة
- \* بحوث الإعلان
- \* الإعلام الإسلامى

ووفقا للأداء الإعلامى تنقسم إلى :

- \* بحوث الفن الإعلامى .
- \* بحوث تقويم الأداء الإعلامى للوسيلة •
- \* بحوث تاريخ النشاط الإعلامى •



٣ - بحوث الجمهور : وتنقسم وفقا لإطار مجتمع الدراسة إلى :

- \* بحوث تهتم بدراسة المجتمع العام - القطر المصرى •
- \* بحوث تهتم بدراسة مجتمع عام محلى - محافظة أو اقليم •
- \* بحوث تهتم بدراسة مجتمع حضرى - مدينة أو حى •
- \* بحوث تهتم بدراسة مجتمع ريفى •

٤ - بحوث الاثر : وتهتم بدراسة الآثار الناتجة عن الممارسة الإعلامية الوسائل الاتصال

سابعا : نتائج الدراسة التحليلية :

أولا - نوع البحوث :

جدول رقم ( ١ ) يبين نوع البحوث الممنوحة والمقيدة بقسم الصحافة  
خلال فترة الدراسة

جدول رقم (١) بين نوع البحوث المنوحة والتقيدة

يقسم الصحافة خلال فترة الدراسة

الجملة		الرسائل المقيدة				الجملة		الرسائل المنوَّحة				نوع البحوث
		دكتوراه		ماجستير				دكتوراه		ماجستير		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%٤,٦	١	—	—	%٤,٦	١	٢٢,٦	٧	%٦,٥	٢	%١٦,١	٥	نظرية
%٩٥,٤	٢١	٣٦, ٣	٨	٥٩,١ %	١٣	٧٧,٤	٢٤	٣٨,٧ %	١٢	%٣٨,٧	١٢	تطبيقية
%١٠٠	٢٢	٣٦, ٣	٨	٦٣,٧	١٤	٣١	٣١	٤٥,٢ %	١٤	%٥٤,٨	١٧	الجملة

وتحليل بيانات الجدول السابق نلاحظ الآتى :

- تبلغ نسبة الرسائل النظرية الممنوحة من قسم الصحافة بكلية الآداب بسوهاج ٢٢,٦٪ من جملة الرسائل بتكرار قدره ٧ رسائل منها ٥ ماجستير بنسبة ١٦,١٪ ورسالتين دكتوراة بنسبة ٦,٥٪ وموضوعات هذه الرسائل كالتالى :

- الخبر فى القرآن الكريم .
- الحرب النفسية ضد الاسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم .
- الصحافة الحزبية ودورها فى الحياة السياسية فى مصر ١٩٠٦ - ١٩١١ م .
- على أمين صحفيا دراسة فنية تاريخية ١٩٣٠ - ١٩٧٦ م .
- الرأى العام فى صدر الاسلام منذ بداية الدعوة المحمدية حتى نهاية عهد سيدنا عمر .
- وذلك بالنسبة للرسائل النظرية بمرحلة الماجستير .
- أما رسائل مرحلة الدكتوراة النظرية الممنوحة فهى :
- الإعلام الإسلامى فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم فى المدينة .
- تبادل البرامج الإذاعية .
- أما الرسائل التطبيقية فيبلغ عددها (٢٤) رسالة منها (١٢) ماجستير و (١٢) دكتوراه بنسبة ٣٨,٧٪ لكل منهما .

وموضوعات هذه الرسائل كالتالى :

- ١- تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى .
- ٢- إدارات العلاقات العامة فى مصر .
- ٣- البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية - دراسة تطبيقية على إذاعة ج.م.ع .
- ٤- المادة الإخبارية فى تلفزيون ج.م.ع - دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار .
- ٥- العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار - دراسة تطبيقية على حراس البوابة وانتقاء الأخبار فى راديو القاهرة .
- ٦- العلاقات العامة فى السياحة مع التطبيق على الإدارة العامة بوزارة السياحة .

- ٧- العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها .
- ٨- الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة .
- ٩- الملصقات الإعلانية وأهميتها في تنمية الريف المصرى .
- ١٠- العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية - دراسة تطبيقية على صحف الوفد الشعب - الأهالى - الأحرار فى الفترة من ١٩٨٠ : ١٩٨٧ م .
- ١١- دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى - دراسه تطبيقية على إذاعة شمال الصعيد والصحف المحلية التى تصدر فى الإقليم .
- ١٢- المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية - دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتى الأهرام والأهالى خلال الفترة من ٧٨ : ١٩٨٧ م .
- ١٣- دور برامج المرأة فى التلفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية .
- ١٤- دور الاتصال الشخصى فى التنمية الإجتماعية فى المجتمع المحلى - دراسة ميدانية على إحدى قرى محافظة سوهاج .
- ١٥- الصحافة المصرية والإعلام السياسى فى مصر فى الفترة من ٥٢ حتى ١٩٦٢ م .
- ١٦- دور صحافة الأطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى - دراسة تحليلية لمضمون مجلتى ميكى وسيمر ودراسة ميدانية على جمهور الأطفال وأولياء الأمور والعلمين فى مدينة سوهاج .
- ١٧- المقال العمودى - دراسة فنية تحليلية فى الفترة من ٨٥ : ١٩٨٩ م .
- ١٨- المقال التحليلى - دراسة تطبيقية على صحيفتى الأهرام والوفد من ٨٨ حتى ١٩٩٠ م .
- ١٩- مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر - دراسة ميدانية على صحف إقليم جنوب الصعيد .
- ٢٠- رأى العام المحلى - تأثير الصحافة المصرية على رأى العام المحلى - دراسة ميدانية على محافظة سوهاج مع دراسة تطبيقية على انتخابات مجلس الشعب لعام ١٩٨٧ م .
- ٢١- رسالة المسجد الإعلامية - دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الإسلامية .

- ٢٢- الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة .
- ٢٣- دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى - دراسة تحليلية لبعض البحوث الإعلامية مع دراسة ميدانية للمارس والباحث الإعلامى .
- ٢٤- دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى - دراسة تحليلية للصحف اليومية المصرية فى الفترة من ٨٢ حتى ١٩٨٦م مع دراسة ميدانية على عينة من شباب سوهاج .

أما بالنسبة للرسائل المقيدة بقسم الصحافة فكما هو موضح بملحق الدراسة.

- هناك رسالة نظرية واحدة فقط بنسبه ٤,٦٪ من جملة الرسائل المقيدة ولا توجد رسائل نظرية مقيدة للدكتوراة.

- اما الرسائل التطبيقية المقيدة بالقسم فهى (٢١) رسالة بنسبة ٩٥,٤٪ وتبلغ نسبة الرسائل الماجستير التطبيقية المقيدة عدد (١٣) رسالة بنسبة ٥٩,١٪ من جملة الرسائل المقيدة . بينما تبلغ نسبة الرسائل التطبيقية المقيدة للدكتوراه عدد (٨) رسائل بنسبة ٣٦,٣٪ . (انظر ملحق ٢) .

## ٢ - المناهج البحثية المستخدمة :

جدول (٢) يبين المناهج المستخدمة في مجتمع الدراسة

العدد	%	المنهج
٧	٢٢,٦	منهج المسح الميداني
—	—	المنهج التجريبي
٤	١٢,٩	منهج المسح التحليلي
—	—	منهج دراسة الحالة
٤	١٢,٩	المنهج التاريخي
—	—	المنهج المقارن
١٦	٥١,٦	أكثر من منهج
٣١	١٠٠	الجملة

بدراسة بيانات الجدول السابق نلاحظ أن ٥١,٦٪ من رسائل قسم الصحافة بسوهاج استخدمت أكثر من منهج وأن منهج المسح الميداني يأتي في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢,٦٪ ثم كل من منهج المسح التحليلي والمنهج التاريخي في المرتبة الثالثة بنسبة ١٢,٩٪ لكل منهما وهذه الرسائل هي :

- ١ - رسائل استخدمت منهج المسح الميداني
  - البرامج الإخبارية ودورها في التنمية .
  - العلاقات العامة في السياحة مع التطبيق على الإدارة العامة للسياحة بوزارة السياحة .
  - الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة .

- العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية - دراسة تطبيقية على صحف الوفد - الشعب - الأهالي - الأحرار - من ١٩٨٠ - ١٩٨٧ م
- دور الاتصال الشخصي فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى - دراسة ميدانية على إحدى قرى محافظة سوهاج •
- مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر - دراسة ميدانية على صحف إقليم جنوب الصعيد •
- الرأى العام المحلى - تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى - دراسة ميدانية على محافظة سوهاج •

ب - رسائل استخدمت منهج المسح التحليلي :

- المادة الإخبارية فى تليفزيون ج • م • ع دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار •
- دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى - دراسة تطبيقية على إذاعة شمال الصعيد والصحف المحلية التى تصدر فى الإقليم •
- المقال التحليلي - دراسة تطبيقية على صحيفتى الأهرام والوفد من ٨٨/١/١ حتى ١٩٩٠/١٢/٣١ م •
- الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة •

ج - رسائل استخدمت المنهج التاريخي :

- الصحافة الحزبية والحياة السياسية فى مصر من ١٩٠٦ حتى ١٩١١ م •
- الرأى العام فى صدر الإسلام •
- الخير فى القرآن الكريم •
- الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم فى مكة •

د - رسائل استخدمت أكثر من منهج

- تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى ( المنهج التاريخي - المسحي - المقارن ) •

- إدارات العلاقات العامة في مصر ( مسح - تحليلي )
- الإعلام الاسلامي في مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم في المدينة ( منهج تاريخي - تحليلي )
- على أمين صحفيا ( منهج تاريخي - دراسة حالة - مقارنة - تحليلي )
- العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار - دراسة تطبيقية على حراس البوابة في راديو القاهرة ( ميداني - تحليلي )
- تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الأفريقية ( منهج تاريخي - تحليلي - مقارنة )
- العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها ( منهج ميداني - دراسة حالة )
- الملصقات الإعلانية وأهميتها في تنمية الريف المصري ( منهج المسح الميداني - المنهج المقارن )
- المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية - دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتي الأهرام والأهالي ( مسح تحليلي - منهج مقارنة )
- دور برامج المرأة في التلفزيون في زيادة وعي المرأة الريفية ( منهج مسح تحليلي ومسح ميداني )
- الصحافة المصرية والإعلام السياسي في مصر من ٥٢ - ١٩٦٢م ( منهج تاريخي - تحليلي - مقارنة )
- دور صحافة الأطفال في التنشئة الاجتماعية للطفل المصري ( منهج المسح الميداني - المسح التحليلي - المنهج المقارن )
- رسالة المسجد الإعلامية - دراسة لدور المسجد في تطوير المجتمعات الإسلامية ( منهج دراسة الحالة - المسح الميداني )
- دور بحوث الإعلام في تنمية المجتمع المصري ( منهج المسح الميداني - منهج المسح التحليلي )
- دور الصحافة المصرية في تنمية المجتمع المحلي ( منهج المسح التحليلي - منهج المسح الميداني )



٣ - من حيث الإشراف:

جدول رقم (٣) يبين جهة الإشراف على

الرسائل العلمية الممنوحة من قسم الصحافة بسوهاج

جهة الاشراف	اسم المشرف	ك	%
قسم الصحافة بالكلية	أ.د/ احسان عسكر	٨	١٢,٥
	أ.د / محمد منير حجاب	١٢	١٨,٨
	أ.د / عبد الوهاب كحيل	١٠	١٥,٦
	د. / سهام نصار	٣	٤,٧
	د. / محمد العطار	١	١,٥
كلية الآداب بسوهاج	أ.د/ محمود حلمي مصطفى	٣	٤,٧
	أ.د/ بلدرية شوقي	١	١,٥
كليات أخرى بجامعة أسيوط	أ.د/ عبد الحميد بهجت	١	١,٥
أساتذة الاعلام من	أ.د/ ابراهيم امام	٧	١٠,٩
الجامعات الاخرى-كلية	أ.د/ مختار النهامي	٢	٣,٤
الإعلام -قسم الإعلام بكلية	أ.د/ محمود نجيب أبو الليل	١	١,٥
اللغة العربية -جامعة الأزهر	أ.د/ محمد سيد محمد	١	
أساتذة في تخصصات	أ.د/ الحسيني ابو فرحة	١	١,٥
مختلفة من جامعات	أ.د/ عبد الهادي الجوهري	١	١,٥
أخرى	أ.د/ مصطفى حسين كمال	١	١,٥
خبراء وممارسين إعلاميين	أ. يحيى ابو بكر	٥	٧,٨
	د. فوزية فهم	٣	١,٥
	أ. سعيد اسماعيل	٢	٣,١
الجملة	١٨	٦٤	٩٩,٩٩

من بيانات الجدول السابق نلاحظ الاتي :

- أن نظام الإشراف على الرسائل المتبع بقسم الصحافة بآداب سوهاج يقوم على نظام الإشراف المشترك فقد بلغت تكرارات الإشراف (٦٤) أى بمعدل مشرفين على كل رسالة .
- بلغ عدد المشرفين (١٨) مشرفا منهم خمسة فقط من داخل قسم الصحافة ومشرفان من كلية الآداب بسوهاج ومشرف واحد من جامعة أسيوط .
- كما استعان القسم بأساتذة من كلية الاعلام فى تخصصات مختلفة وكذلك استعان القسم أيضا بالخبراء والممارسين الإعلاميين فى الإشراف .
- تبلغ نسبة المشرفين من خارج القسم ٧٢٪ من جملة المشرفين على الرسائل وهو ما يعكس سياسة القسم القائمة على التعاون مع الجامعات والمدارس العلمية المختلفة .
- شارك أعضاء هيئة التدريس بالقسم فى الإشراف مع المشرفين من الخارج فى (٢٩) رسالة من جملة الرسائل الممنوحة من القسم منذ إنشائه وحتى نهاية ١٩٩٤م باستثناء (٣) رسائل فقط انفرد بها اساتذة فى مجال الإعلام من خارج الجامعة فى ظروف بداية إنشاء القسم .
- ومقارنة هذه النتائج بنتائج تحليل بيانات الرسائل المقيدة للحصول على الماجستير والدكتوراه ولم تناقش بعد حتى نهاية عام ١٩٩٤م والتي تبلغ (٢٢) رسالة ، نلاحظ أن تكرارات الإشراف ٤٢ تكرارا ويبلغ عدد المشرفين ١٣ مشرفا وتبلغ تكرارات الإشراف من خارج القسم ٦ تكرارات بنسبة ١٤,٣٪ من جملة تكرارات الإشراف . وبالنسبة لعدد المشرفين نجد أ، الإشراف الخارجى نسبته ٣٨,٥٪ تقريبا من جملة عدد المشرفين وهو ما يمثل مرحلة جديدة فى بداية اعتماد القسم على نفسه فى تغطية احتياجاته (انظر ملحق ٢) .
- وفى هذه المرحلة بلغ عدد الرسائل المقيدة والتي يشرف عليه الدكتور منير حجاب كمشرف رئيسى يعاونه أعضاء من هيئة التدريس (١٣) رسالة بنسبة ٥٨,٢٪ من جملة الرسائل المقيدة والتي يشرف عليها الدكتور عبد الوهاب كحيل كمشرف رئيسى ٣

رسائل بنسبة ١٣,٦٪ وتوجد رسالتان بإشراف الدكتور عواطف عبد الرحمن تنفرد بالإشراف على واحدة ، ويعاونها في الثانية كل من الدكتور ليلي عبد المجيد ، والدكتور عاصم الدسوقي ، هذا ويشارك أيضا في الإشراف المعاون كل من الدكتور ممدوح البلتاجي والدكتورة بدرية شوقي .

#### ٤ - نوع الدراسة :

جدول رقم (٤) يبين نوع الدراسة

نوع الدراسة	ك	٪
وصفية	٢١	٪٦٧,٨
تاريخية	٧	٪٢٢,٦
تجريبية	—	—
كشفية	—	—
أكثر من نوع :		
وصفية كشفية	٢	٪ ٦,٤
وصفية تاريخية	١	٪٣,٢
الجملة	٣١	٪١٠٠

من بيانات الجدول السابق نلاحظ ما يلي :

- أن أكثر الرسائل الممنوحة قسم الصحافة بأداب سوهاج تندرج تحت الدراسات الوصفية وذلك بتكرار ( ٢١ رسالة من ٣١ رسالة ممنوحة بالقسم) وبنسبة ٦٧,٨ ٪ من جملة الرسائل الممنوحة.
- يليها الدراسات التاريخية وذلك بنسبة ٢٢,٦٪.

- وتوجد نسبة محدودة من الرسائل تدرج تحت أكثر من نوع من الدراسات وهي :  
الدراسات الوصفية الكشفية وعددها رسالتان بنسبة ٦,٤٪  
الدراسات الوصفية التاريخية وتدرج تحتها رسالة واحدة بنسبة ٣,٢٪
- ولا توجد أية رسالة منذ إنشاء القسم وحتى نهاية ١٩٩٤م يمكن أن تدرج تحت فئة الدراسات التجريبية أو الكشفية .

## ٥ - من حيث ادوات جمع البيانات :

جدول رقم (٥) يبين أدوات جمع البيانات المستخدمة

فى الرسائل الممنوحة من قسم الصحافة

أدوات جمع البيانات	ك	٪
الاستقصاء	٧	٢٢,٥
المقابلة	٢	٦,٥
الملاحظة	—	—
تحليل المضمون	٥	١٦,١
تحليل المضمون والمقابلة	٢	٦,٥
تحليل المضمون والاستقصاء	٤	١٢,٩
الاستقصاء والمقابلة	٥	١٦,١
الاستقصاء والملاحظة	١	٣,٢
لم يحدد	٥	١٦,١
الجملة	٣١	٩٩,٩٩

من بيانات الجدول السابق نجد أن :

- أن الاستقصاء من أكثر الأدوات البحثية استخداما فى جمع البيانات لرسائل قسم الصحافة بسوهاج حيث تبلغ نسبته ٢٢,٥٪ من جملة الرسائل الممنوحة بالقسم .

- يليها كل من تحليل المضمون والاستقصاء والمقابلة بنسبة ١٦٪، لكل منها . بلغت نسبة الرسائل التي استخدمت أكثر من أداة ٤٨,٧٪ تقريبا من جملة الرسائل الممنوحة .

- وهناك أيضا نسبة ١٦٪ من الرسائل لم تحدد أدوات جمع البيانات بها وهي الرسائل التي اعتمدت على البيانات الثانوية " الدراسات التاريخية " وهذه الرسائل هي :

أ - رسائل استخدمت الاستقصاء كأداة لجمع البيانات وهي :

- إدارات العلاقات العامة في مصر .
- البرامج الإخبارية ودورها في التنمية .
- الاتصال الشخصي في ميدان العلاقات العامة .
- دور برامج المرأة في التلفزيون في زيادة وعي المرأة الريفية .
- دور الاتصال الشخصي في التنمية الاجتماعية في المجتمع المحلي .
- مشكلات الصحف الإقليمية في مصر - دراسة ميدانية على إقليم جنوب الصعيد .
- الرأي العام المحلي - تأثير الصحافة المصرية على الرأي العام المحلي .

ب - رسائل استخدمت تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات وهي :

- المادة الاخبارية في تلفزيون ج . م . ع - دراسة تحليلية لنشرات الأخبار .
- دور الإعلام الإقليمي في تنمية المجتمع المحلي .
- المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية - دراسة تحليلية لوظائف الصحافة .
- المقال التحليلي دراسة تطبيقية على الأهرام والوفد من ٨٨/١/١ حتى ١٢/٣١/١٩٩٠ م .

- الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفي في المجلات العامة .

- ج - رسائل استخدمت تحليل المضمون والمقابلة :
- العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار - دراسة على حراس البوابة وانتقاء الاخبار في راديو القاهرة .
  - المقال العمودي - دراسة فنية تحليلية من ٨٥ - ١٩٨٩م

- د- رسائل استخدمت تحليل المضمون والاستقصاء كأداة لجمع البيانات هي :
- تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفي .
  - دور صحافة الأطفال في التنشئة الاجتماعية للطفل المصري دراسة ميدانية وتحليلية .
  - دور بحوث الإعلام في تنمية المجتمع المصري - دراسة تحليلية وميدانية .
  - دور الصحافة المصرية في تنمية المجتمع المحلي - دراسة تحليلية وميدانية .

- هـ - رسائل استخدمت الاستقصاء والمقابلة وهي :
- العلاقات العامة في السياحة .
  - الملصقات الإعلانية وأهميتها في تنمية الريف المصري .
  - العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية .
  - رسالة المسجد الإعلامية - دراسة لدور المسجد في تطوير المجتمعات الإسلامية .

- ز - رسائل استخدمت الاستقصاء والملاحظة وهي :
- العلاقة بين شكل ومضمون الصحيفة .
- ح - رسائل لم تحدد أدوات جمع البيانات واعتمدت على المصادر الثانوية :
- الإعلام الإسلامي في مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم في المدينة .
  - تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الأفريقية .
  - الحرب النفسية ضد الإسلام في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم في مكة .
  - الخبر في القرآن الكريم .

- الرأى العام فى صدر الاسلام •

## ٦ - أساليب جمع البيانات :

جدول رقم (٦) يبين توزيع الرسائل الممنوحة من قسم الصحافة بأداب سوهاج حسب أساليب جمع البيانات المستخدمة

أسلوب جمع البيانات	ك	%
عينة	٢٠	٦٤,٥
حصر شامل	٤	١٢,٩
لم يحدد	٧	٢٢,٦
الجملة	٣١	%١٠٠

من بيانات الجدول السابق نلاحظ الآتى :

- يأتى أسلوب العينة فى المرتبة الأولى حيث تبلغ نسبته ٦٤,٥% من جملة الرسائل الممنوحة بقسم الصحافة •
- أن هناك نسبة ٢٢,٦% لم تحدد أسلوب جمع البيانات سواء كان عينة أم حصرا شاملا وهذه الرسائل اعتمدت على المصادر الثانوية والوثائق وهى نفسها التى استخدمت المنهج التاريخى •
- تبلغ نسبة أسلوب الحصر الشامل ١٢,٩% من جملة رسائل قسم الصحافة بسوهاج •

وكان توزيع الرسائل كما يلى :

أ - رسائل استخدمت العينة كأسلوب لجمع البيانات وهى :

١ - تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى

- ٢ - إدارات العلاقات العامة فى مصر .
- ٣ - العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار .
- ٤ - العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها .
- ٥ - الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة .
- ٦ - الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى .
- ٧ - العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية .
- ٨ - دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى .
- ٩ - المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية .
- ١٠ - دور برامج المرأة فى التلفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية .
- ١١ - دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى .
- ١٢ - دور صحافة الاطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى .
- ١٣ - المقال العمودى - دراسة فنية تحليلية من ٨٥-٨٩
- ١٤ - المقال التحليلى - دراسة تطبيقية .
- ١٥ - مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر - دراسة ميدانية على إقليم جنوب الصعيد .
- ١٦ - تأثير الصحافة المصرية على رأى العام المحلى
- ١٧ - رسالة المسجد الإعلامية - دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الإسلامية .
- ١٨ - الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة .
- ١٩ - دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى .
- ٢٠ - دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى .

ب - بحوث استخدمت الحصر الشامل كأسلوب لجمع البيانات وهى :

- ١ - البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية - دراسة تطبيقية على إذاعة ج . م . ع
- ٢ - المادة الإخبارية فى تلفزيون ج . م . ع دراسة تحليلية لمضمون نشرات الاخبار
- ٣ - العلاقات العامة فى السياحة بالتطبيق على الإدارات العامة السياحية بوزارة السياحة
- ٤ - الصحافة المصرية والإعلام السياسى فى مصر من ٥٢ - ٦٢



- ج - رسائل لم تحدد أسلوب جمع البيانات وهى كما يلى :
- ١ - الإعلام الإسلامى فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم فى المدينة .
  - ٢ - على أمين صحفيا .
  - ٣ - تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الافريقية .
  - ٤ - الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم فى مكة .
  - ٥ - الخبر فى القرآن الكريم .
  - ٦ - رأى العام فى صدر الإسلام .
  - ٧ - الصحافة الحزبية والحياة السياسية فى مصر من ١٩٠٦ حتى ١٩١١م .

## ٧ - تصنيف الرسائل وفقا لموضوعات البحوث :

### أولا - بحوث القائم بالاتصال :

هناك عدد (١٢) رسالة تناولت القائم بالاتصال ونعنى بهم هنا هؤلاء الذين يديرون مؤسسات إعلامية ويعملون فيها بوصفهم أدوات مؤثرة فى حياة المجتمع وتبلغ نسبتهم ٣٨,٧٪ من مجموع رسائل الماجستير والدكتوراة بقسم الصحافة بآداب سوهاج .

وهذه الرسائل هى :

- ١ - تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى .
- ٢ - إدارات العلاقات العامة فى مصر .
- ٣ - البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية .
- ٤ - على أمين صحفيا .
- ٥ - العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار - دراسة تطبيقية على حراس البوابة وانتقاء الاخبار فى راديو القاهرة .
- ٦ - العلاقات العامة فى السياحة مع التطبيق على الإدارة العامة للسياحة بوزارة السياحة
- ٧ - العلاقة بين الشكل والمضمون فى الصحيفة .
- ٨ - الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة .

- ٩ - دور الاتصال الشخصى فى تنمية المجتمع المحلى .
- ١٠ - المقال العمودى - دراسة فنية تحليلية .
- ١١ - مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر .
- ١٢ - دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى .

ثانيا - تصنيف الرسائل حسب الوسيلة الإعلامية وتنقسم إلى :

#### أ - الصحافة :

وتبلغ نسبتها ١,٩ ٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ١٣ رسالة وهى كالتالى :

- ١ - تطور أساليب اخراج التحقيق الصحفى .
- ٢ - العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها .
- ٣ - العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية .
- ٤ - دور الإعلام الاقليمى فى تنمية المجتمع المحلى .
- ٥ - المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية .
- ٦ - الصحافة المصرية والإعلام السياسى فى مصر من ٥٢ حتى ٦٢
- ٧ - دور الصحافة فى التشئة الاجتماعية للطفل المصرى .
- ٨ - المقال العمودى - دراسة فنية تحليلية .
- ٩ - المقال التحليلى - دراسة تطبيقية .
- ١٠ - مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر .
- ١١ - تأثير الصحافة المصرية على رأى العام المحلى .
- ١٢ - الصحافة الحزبية والحياة السياسية فى مصر من ١٩٠٦ - ١٩١١ م .
- ١٣ - دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى .

#### ب - الإذاعة :

وتبلغ نسبتها ٩,٧ ٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ثلاث رسائل هى :

- ١ - البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية - دراسة تطبيقية على اذاعة ج.م.ع.
- ٢ - العوامل التى تؤثر على القاطنين بالأخبار - دراسة تطبيقية على حراس البوابة وانتقاء الأخبار فى راديو القاهرة .
- ٣ - تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الأفريقية .

#### ج - التلفزيون :

- وتبلغ نسبته ٦,٥ ٪ من جملة رسائل الدراسة ويتكرر رسالتين هما :
- ١ - المادة الإخبارية فى تلفزيون ج.م.ع . - دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار .
  - ٢ - دور برامج المرأة بالتلفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية .

#### د - العلاقات العامة :

- وتبلغ نسبتها ٩,٧ ٪ من جملة رسائل الدراسة ويتكرر عدد ٣ رسائل هى .
- ١ - إدارات العلاقات العامة فى مصر .
  - ٢ - العلاقات العامة فى السياحة .
  - ٣ - الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة .

#### هـ - الإعلان :

- وتبلغ نسبته ٦,٥ ٪ من جملة رسائل الدراسة ويتكرر رسالتين وهما :
- ١ - الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى .
  - ٢ - الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجالات العامة .

#### و - بحوث فى الإعلام الإسلامى :

- وتبلغ نسبتها ١٦ ٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ٥ رسائل وهذه الرسائل هى :

- ١ - الرأى العام فى صدر الإسلام •
- ٢ - الإعلام الاسلامى فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم فى المدينة
- ٣ - الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم • فى مكة .
- ٤ - الخبر فى القرآن الكريم •
- ٥ - رسالة المسجد الإعلامية -دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الاسلامية •

### بحوث الأداء الإعلامى :

وتنقسم الى :

#### أ - فن إعلامى :

وتبلغ نسبته ١٢,٩٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ٤ رسائل وهى :

- ١ - تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى •
- ٢ - المادة الإخبارية فى تلفزيون ج٠م٠ع٠ - دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار •
- ٣ - العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها •
- ٤ - الأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة •

#### ب - تقويم الأداء :

وتبلغ نسبته ٦٤,٥٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ٢٠ رسالة وهى :

- ١ - إدارات العلاقات العامة فى مصر •
- ٢ - البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية •
- ٣ - العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار - دراسة تطبيقية على حراس البوابة فى راديو القاهرة •
- ٤ - تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الافريقية •
- ٥ - العلاقات العامة فى السياحة •
- ٦ - الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة •

- ٧ - الملصقات الإعلانية وأهميتها في تنمية الريف المصرى •
- ٨ - العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية •
- ٩ - دور الإعلام الاقليمى فى تنمية المجتمع المحلى •
- ١٠ - المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية •
- ١١ - دور برامج المرأة بالتليفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية •
- ١٢ - دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى •
- ١٣ - دور صحافة الاطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى •
- ١٤ - المقال العمودى - دراسة فنية تحليلية •
- ١٥ - المقال التحليلى •
- ١٦ - مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر •
- ١٧ - تأثير الصحافة المصرية على رأى العام المحلى •
- ١٨ - رسالة المسجد الإعلامية - دراسة لدور المسجد فى تطوير مجتمعات الاسلامية •
- ١٩ - دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى •
- ٢٠ - دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى •

### ج - التاريخ للنشاط الإعلامى :

وتبلغ نسبته ٢٢,٥٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار عدد ٧ رسائل وهى :

- ١ - الإعلام الاسلامى فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم فى المدينة •
- ٢ - على أمين صحفيا •
- ٣ - الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم •
- ٤ - الخبر فى القرآن الكريم •
- ٥ - الصحافة المصرية والإعلام السياسى فى مصر من ٥٢-٦٢ •
- ٦ - رأى العام فى صدر الإسلام •
- ٧ - الصحافة الحزبية والحياة السياسية فى مصر من ١٩٠٦ حتى ١٩٩١م •

من حيث الجمهور :

تنقسم الرسائل من حيث الجمهور الى ما يلى :

أ - جمهور عام محلى :

وتبلغ نسبتها ٩,٧٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ثلاث رسائل وهى :

١ - تأثير الصحافة المصرية على رأى العام المحلى - دراسة ميدانية على محافظة سوهاج خلال انتخابات مجلس الشعب عام ١٩٨٧ م .

٢ - رسالة المسجد الاعلامية - دراسة للدور المسجد فى تطوير المجتمعات الإسلامية .

٣ - دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى - دراسة ميدانية على عينة من شباب محافظة سوهاج .

ب - جمهور نوعى :

وتبلغ نسبتها ٣٢,٢٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ١٠ رسائل وهى :

١ - تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى .

٢ - إدارات العلاقات العامة فى مصر .

٣ - البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية .

٤ - العلاقات العامة فى السياحة .

٥ - العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها .

٦ - الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة .

٧ - العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية .

٨ - مشكلات الصحف الإقليمية فى مصر .

٩ - دور بحوث الاعلام فى تنمية المجتمع المصرى .

١٠ - دور صحافة الاطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى .

## جمهور ريفى محلى :

وتبلغ نسبته ٩,٧٪ من جملة رسائل الدراسة بتكرار ثلاث رسائل وهى :

- ١ - دور برامج المرأة بالتليفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية .
- ٢ - دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى
- ٣ - الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى .

## من حيث تأثير الوسيلة الاعلامية :

تبلغ نسبة الرسائل التى تناولت أثر الوسيلة الاعلامية ٣٢,٣٪ من جملة رسائل

الدراسة بتكرار (١٠) رسائل وهى :

- ١ - البرامج الاخبارية ودورها فى التنمية - دراسة تطبيقية على اذاعة ج.م.ع .
- ٢ - الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى .
- ٣ - دور صحافة الأطفال فى التشئة الاجتماعية للطفل المصرى .
- ٤ - تأثير الصحافة المصرية على رأى العام المحلى .
- ٥ - دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى .
- ٦ - دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى .
- ٧ - رسالة المسجد الإعلامية .
- ٨ - دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى .
- ٩ - دور برامج المرأة بالتليفزيون فى زيادة وعى المرأة الريفية .
- ١٠ - دور الإعلام الاقليمى فى تنمية المجتمع المحلى .

## التوصيات

على ضوء النتائج الناتج السابقة يمكننا أن نتقدم بالتوصيات الآتية :

- ١ - ضرورة تخصيص قناة أو أكثر للإشراف الخارجى حيث لوحظ من واقع الرسائل الممنوحة والمقيدة أنه لا توجد أية رسالة إشراف مشترك بعضو أجنبى ، كما أنه فى الوقت نفسه يخلو القسم تماما من أى عضو حاصل على دكتوراه من الخارج مما يمثل قصورا فى الاحتكاك بالجامعات الأجنبية والمدارس الإعلامية المختلفة .
- ٢ - ضرورة الاستمرار فى المحافظة على التعاون فى مجال الإشراف مع كليات وأقسام الإعلام الأخرى وخاصة فى المجالات التى لا يوجد فيها متخصص بالقسم .
- ٣ - الموازنة فى الاهتمام بين كل من الدراسات النظرية والتطبيقية مع عدم المبالغة فى الاهتمام بالجانب التطبقي والاهتمام بصورة أكثر بالجانب النظرى وخاصة فى مجال التأصيل النظرى والتأريخى وفلسفة الإعلام لأهميتها فى إرساء ملامح النظرية العربية فى الإعلام وبخاصة فى مجال الإعلام التمرى .
- ٤ - تطوير المناهج البحثية بما يسمح باستخدام المنهج التجريبي لقياس تأثيرات الإعلام ومنهج الدراسات التطورية لقياس التأثيرات الإعلامية على مدى فترات زمنية متباعدة مع ترشيد استخدام مناهج الدراسات الوصفية والتحقق من انطلاقها من إطار فكرى تصورى لضمان الوصول الى نتائج أكثر إيجابية ، وفى الوقت نفسه تطوير مناهج البحث المستخدمة فى دراسات الإعلام الإسلامى بما يكفل التأريخ لهذه الظواهر ودراساتها وتحليلها ومقارنتها واستبطاء الأسس الفكرية المتضمنة فى هذا التراث وتأصيلها نظريا .
- ٥ - ضرورة إعطاء قدر من الأهمية للدراسات الكشفية لطبيعة المجتمع الصعبدى والذى مازالت الاحتياجات الإعلامية لجمهوره النوعية مجهولة إلى حد كبير للقائمين بالاتصال مما يمثل عائقا أمامهم لتحديد أولويات الاحتياجات الإعلامية ، كما أن خصائص



الشبكات الاتصالية المحلية وطبيعتها لم تتوافر عنها معلومات بعد وكذلك المعلومات عن الإخباريين وغير ذلك من المجالات البكر والتي تفيده الدراسات الكشفية فى تسليط الأضواء على هذه الجوانب تمهيدا لتعميق دراساتها بمناهج أخرى أكثر تحديدا .

٦ - عدم المبالغة فى اعتماد مصادر المعلومات الأولية وإهمال المصادر الثانوية لضمان عدم التضحية بالفكر على حساب التطبيق ولضمان عدم الاهتمام بالتقويم بمعزل عن النظرية وعن المتغيرات البيئية المحيطة . ولضمان عدم استغراق الأرقام والبيانات الكمية لحقائق البحث ومعطياته مما يضعف فى النهاية قيمة البيانات الأولية ذاتها وقيمة الأدوات المستخدمة فى جمع البيانات إذ يحولها إلى مجرد قوالب صماء جامدة لقياس ظواهر إنسانية جديدة متجددة .

٧ - ضرورة تركيز الاهتمام على جوانب الاعلام الإقليمى والتموى المحلى والقائم بالاتصال فى المجتمع المحلى والجمهور العام والنوعى المحلى ، فعلى الرغم من تعرض الدراسات لهذه الجوانب بصفة عامة إلا أن الاهتمام بقضايا الاعلام العام والفن الإعلامى والجمهور العام والنوعى بصفة عامة أثر على خصوصية هذا القسم وجعل دراساته قريبة الشبه من توجهات الدراسات الإعلامية بالعاصمة وهو ما يستدعى ضرورة وضع سياسة بحثية متميزة للدراسات الاعلامية بقسم الصحافة بسوهاج تبرز جانب الخصوصية لهذا القسم وتحدد له مجالاته وأبعاده الخاصة .

## هوامش البحث

- ١ - جامعة القاهرة ، قائمة مراجع مختاره حول الاتصال والتبعية الريفية ١٩٧٩ م .
- ٢ - المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية : المسح الاجتماعى الشامل للمجتمع المصرى من ١٩٥٢ - ١٩٨٠ م . بحوث الاعلام فى مصر - د . نادية سالم ، عاطف العبد ص ٨٩١-٩٩٥ .
- ٣ - أميره العباسى : الجوانب المنهجية والابترائية لبحوث الصحافة فى مصر بحث مقدم إلى الحلقة الدراسية الأولى لمشكلة النهج فى الصحافة فى الفترة من ٨٦/١/١٩ : ٨٦/١/٢١ م بكلية الاعلام - جامعة القاهرة .
- ٤ - لىلى عبد المجيد : بحوث الصحافة فى مصر من ١٩٧١ م : ١٩٨٥ - دراسة تحليلية تقويمية ، بحث مقدم الى الحلقة الدراسية الاولى لمشكلة النهج فى بحوث الصحافة فى الفترة من ١٩:٢١ يناير ١٩٨٦ م بكلية الاعلام - جامعة القاهرة .
- ٥ - محمد على العوينى : رسائل جامعية فى الاعلام ( القاهرة - الانجلو المصرية - ١٩٩٠ ) .
- ٦ - عواطف عبد الرحمن ، نادية سالم ، لىلى عبد المجيد : تحليل المضمون فى الدراسات الاعلامية (القاهرة العربى للنشر والتوزيع - ١٩٨٣ م) .
- ٧ - كلية الاعلام جامعة القاهرة ، ندوة الاعلام والشباب من ١٧ يناير الى ٢٠ يناير ١٩٨٣ م بحث عاطف العبد ، الاعلام والشباب ببلوجرافية شارحه تحليلية مختارة للانتاج الفكرى العربى ص ٢٠٩:٣٦١ م
- ٨ - سمير حسين ، بحوث الاعلام : متغيراتها - ماهيتها - صعوباتها ص ٤٧ ، ٤٨ ، محاضرات القايت على طلاب كلية الدعوة والاعلام - جامعة الامام محمد بن سعود ، الرياض ، ١٩٨٥ م .
- ٩ - ريتشارد بن ، لويس دونيهو ، روبرت ثورب ، تحليل مضمون الاعلام النهج والتطبيقات العربية . ترجمة واعداد د . محمد ناجى الجوهر : ( الاردن - ١٩٩٢ م)

## قائمة

### بالرسائل الممنوحة من قسم الصحافة بآداب سوهاج حتى أكتوبر ١٩٩٤

م	أسم الباحث	نوع الدرجة العلمية	عنوان البحث	أسم المشرف	تاريخ المنح
١	عبد الوهاب كحيل	ماجستير	ب النفسية ضد الاسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم فى مكة	أ.د. أحسان عسكر	١٩٨٠/٨/٢٧ م
٢	محمد عمر متولى العطار	ماجستير	الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة	أ.د. أحسان عسكر	١٩٨١/١/٢٢ م
٣	يوسف مرزوق يعقوب	دكتوراه	العوامل التى تؤثر على القاتمين بالأخبار - دراسة تطبيقية - على حراس البوابة	أ.د. محمود حلمى أ.د. إبراهيم إمام	١٩٨١/٣/٢١ م
٤	عبد الصمد محمود دسوقى	دكتوراه	البرامج الاختبارية ودورها فى التنمية - دراسة تطبيقية - على إذاعة ج.م.ع	أ.د. محمود حلمى أ.د. إبراهيم إمام	١٩٨١/٨/٧ م
٥	أحمد محمد أحمد زيدان	ماجستير	العلاقات العامة فى السياحة مع التطبيق على الإدارة العامة للسياحة بوزارة السياحة	أ.د. إبراهيم إمام	١٩٨١/٢٣/٨ م
٦	حمدى حسن محمود	ماجستير	تبادل البرامج الاذاعية بين الدول الافريقية	أ.د. إبراهيم إمام	١٩٨١ م
٧	محمد معروض ابراهيم	دكتوراه	المادة فى تلفزيون ج.م.ع	أ.د. محمود حلمى أ.د. إبراهيم إمام د. فوزية إبراهيم	١٩٨٢/٣/١٣ م
٨	عبد الوهاب كحيل	دكتوراه	الاعلام الاسلامى فى مجتمع الرسول فى المدينة	أ.د. محمود نجيب أبو الليل أ.د. أحسان عسكر	١٩٨٣/٥/١٤ م
٩	محمد أحمد	ماجستير	الأسس الفنية لتصميم الإعلان	أ.د. أحسان عسكر	١٩٨٣/٦/٢٦ م

	اسماعيل أبو فرحة		الصحفى فى المجالات العامة	أ.د مصطفى حسين	
١٠	محمد فتحى الساعى	ماجستير	الصحافة الخزية ودورها فى الحياة السياسية فى مصر من ١٩٠٦ الى ١٩١١ م .	أ.د ابراهيم امام أ.د منير حجاب	١٩٨٣/٨/٤ م
١١	فوزى عبد الغنى خلاف	ماجستير	العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها	أ.د منير حجاب أ. يحيى أبو بكر أ. سعيد اسماعيل	١٩٨٤/١/٧ م
١٢	محمد عمر العطار	دكتوراه	ادارات العلاقات العامة فى مصر	أ.د احسان عسكر أ. يحيى أبو بكر	١٩٨٤/٦/٦ م
١٣	سحر محمد وهبى	ماجستير	دور صحافة الاطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى - دراسة تحليلية لمضمون مجلتى ميكى وسمير ودراسة ميدانية على الاطفال وأولياء الأمور والمعلمين بمدينة سوهاج .	د. عبد الوهاب كحيل د. بدرية شوقى أ. يحيى أبو بكر	١٩٨٥/٢/١٦ م
١٤	محمود أحمد عبد الغنى	ماجستير	دور الاتصال الشخصى فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى	د. منير حجاب أ. يحيى أبو بكر	١٩٨٥/٨/٣ م
١٥	عبد الله زلطة	ماجستير	على أمين صحفيا	أ.د ابراهيم امام د. منير حجاب	١٩٨٥/٨/٣ م
١٦٠	أحمد حسين محمددين	ماجستير	الخبر فى القرآن الكريم	أ.د الحسينى أبو فرحة د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٧/٦/٢٨ م
١٧	عماد الدين عثمان	ماجستير	مشكلات الصحف الاقليمية فى مصر	د. فوزية فهم د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٧/٧/١٦ م

١٨	مصطفى سيد عبد اللاه	ماجستير	رسالة المسجد الاعلامية - دراسة لدور المسجد فى تطوير المجتمعات الاسلامية .	أ.د أحسان عسكر د. منير حجاب د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٨/١/١١ م
١٩	عزيزة عبده سليمان	ماجستير	دور برامج المرأة بالتلفزيون فى زيادة وعى المرأة فى الريف المصرى .	د. فوزية فهم د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٨/٣/٨ م
٢٠	فوزى عبد الفتى	دكتوراه	تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفى .	أ. يحيى أبو بكر د. عبد الوهاب كحيل أ. سعيد اسماعيل	١٩٨٨/٩/٤ م
٢١	فرج الشناوى	دكتوراه	الصحافة المصرية والاعلام السياسى فى مصر من ٥٢ حتى ١٩٦٢ م	د. منير حجاب د. مختار التهامى	١٩٨٨ م
٢٢	رجاء نور محمود	ماجستير	الرأى العام فى صدر الاسلام	أ.د احسان عسكر د. منير حجاب د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٩/٢/٥ م
٢٣	صابر حارص	ماجستير	تأثير الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى	أ. د مختار التهامى د. عبد الوهاب كحيل	١٩٨٩/٢/٥ م
٢٤	سحر محمد وهبى	دكتوراه	دور بحوث الاعلام فى تنمية المجتمع المصرى	أ.د عبد الهادى الجوهري د. عبد الوهاب كحيل	١٩٩٠/٣/١٠ م
٢٥	محمد أبو فرحة	دكتوراه	الملصقات الاعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى	أ.د أحسان عسكر أ.د. عبد الحميد بهجت	١٩٩٠/٦/٢٤ م

			د. عبد الوهاب كحيل	
٢٦	محمود عبد الغنى أحمد	دكتوراه	دور الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى	أ.د منير حجاب أ.د محمد سيد محمد
٢٧	أحمد حسين محمد	دكتوراه	العوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية فى مصر	أ.د منير حجاب د. سهام نصار
٢٨	عماد الدين عثمان	دكتوراه	المقال التحليلى - دراسة تطبيقية على الأهرام والوقد	أ.د منير حجاب د. محمد العطار
٢٩	عزة عبد العزيز	ماجستير	المسئولية الاجتماعية للصحافة	أ.د منير حجاب د. سهام نصار
٣٠	صابر حارص	دكتوراه	المقال العمودى - دراسة فنية تحليلية	أ.د منير حجاب د. سهام نصار
٣١	محمد زين محمد عبد الرحمن	ماجستير	دور الاعلام الاقليمى فى تنمية المجتمع المحلى	أ.د عبد الوهاب كحيل د. محمد مصطفى حبشى

## قائمة برسانل الماجستير والدكتوراة

المقيدة بقسم الصحافة بآداب سوهاج حتى أكتوبر ١٩٩٤

م	اسم الباحث	نوع الدرجة العلمية	موضوع البحث	الإشراف	تاريخ القيد
١	محمد محفوظ الزهرى	ماجستير	الشئون العربية فى الصحافة المصرية - دراسة تحليلية وميدنية	أ.د منير حجاب	٩٠/١٠/١٦
٢	عزيزة عبده سليمان	دكتوراه	الاعلام السياسى فى الصحف المصرية ودوره فى تشكيل الرأى العام - دراسة مقارنة بين قائمة اهتمامات الصحف وقائمة اهتمامات الصحف وقائمة اهتمامات الجمهور فى الفترة من ٩١ - ٩٢	أ.د عواطف عبد الرحمن أ.د عصام الدسوقي أ.د ليلى عبد المجيد	٩١/٦/١٧
٣	رجاء أنور عمود	دكتوراه	المعالجة الصحفية لقضايا الشباب فى الصحف المصرية - دراسة تحليلية مقارنه لصحفتى الاهرام والوفد من ٨٦ : ٩٠	أ.د عبد الوهاب كحيل د. سحر وهبى	٩١/١٢/١٦
٤	عزة عبد العزيز عبد اللاه	دكتوراه	مصادقية الصحافة المصرية القومية والحزبية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال والجمهور خلال حقبة التسعينات .	أ.د عواطف عبد الرحمن	٩٢/١١/١٦
٥	عبد الجواد سعيد محمد	دكتوراه	تحرير وإخراج العناوين الصحفية - دراسة تحليلية مقارنه على عينة من الاهرام	أ.د منير حجاب د. فوزى عبد الغنى	٩٣/١/١٧

		والاخبار والوفد من ٩٠ - ٩٢			
٩٣/١/٤	أ.د منير حجاب أ.د بدرية شوقي	دور الصحف اليومية في تنمية الوعي السياحي دراسة تحليلية لصحف الأهرام - الاخبار - الجمهورية الوفد من ٨٩ : ٩١	ماجستير	نجوى أحمد عبد اللطيف	٦
١٩٨٩/٢/١٤ م	أ.د منير حجاب أ.د عبد الوهاب كحيل	المستولية الاجتماعية للإعلان الصحفي في مصر - دراسة تطبيقية على الصحف المصرية من ٧٠ : ١٩٨٥ م.	دكتوراه	أحمد عبد المقصود حبيب	٧
٩٢/٤/١٣	أ.د منير حجاب أ.د عبد الوهاب كحيل أ. البلتاجي	دور الهيئة العامة للاستعلامات في تنمية القدرات الابتكارية لدى الطفل المصري - دراسة تحليلية على عينة من مطبوعات الهيئة في الفترة من ٨٦/١ حتى ٩٠/١٢/٣١ مع دراسة ميدانية على عينة من اطفال ملوى والقنطرة شرق	دكتوراه	محمد فتحى الساعى	٨
٩٤/٢/٢٨	أ.د منير حجاب د. أحمد حين	المعالجة الصحفية لقضايا الارهاب والتطرف الدينى - دراسة تحليلية لصحيفتى الاهرام والوفد من ٨٥ : ٩٣	ماجستير	اشرف حسن عبد الجواد	٩
٩٤/٦/١٣	أ.د عبد الوهاب كحيل د. صابر حارص	العلاقة بين الصحف الاقليمية والسلطة المحلية - دراسة تحليلية ميدانية لبعض الصحف الاقليمية من ٩٣-٩٤	ماجستير	عادل صالح فهمى	١٠
٩٤/٨/٢٢	أ.د منير حجاب د. عماد الدين	الصحافة الادبية وقضايا المجتمع المصري - دراسة تحليلية	ماجستير	الامير صحصاح فايز	١١



		للقصه الادبية فى صحيفه الاهرام	عثمان	
١٢	عاصم عبد المادى	ماجستير	العوامل البيئية المؤثرة على توزيع الصحف الاسلاميه فى مصر - دراسة ميدانية على القائم بالاتصال والجمهور	أ.د منير حجاب د. أحمد حسين ٩٤/٦/١٣
١٣	محمد يوسف محمد السماسرى	ماجستير	نظريات الاعلام المعاصرة - دراسة نقديه مقارنه من المنظور الاسلامى	أ.د عبد الوهاب كحيل د. صابر حارس ٩٤/٦/١٣
١٤	سميرة وزيرى اسماعيل	ماجستير	موقف الصحف اليوميه من مشكلات صعيد مصر - دراسة تحليليه وميدانيه	أ.د منير حجاب. د. محمود عبد الغنى ٩٣/١٠/٣١
١٥	ثناء على محمد القصى	ماجستير	دور الصحف الاقتصادية فى الصحف المصريه فى الترويجيه بقضايا الاصلاح الاقتصادى - دراسه تحليليه وميدانيه	أ.د عبد الوهاب كحيل د. فوزى عبد الغنى ٩٤/٢/٢٨
١٦	أميمة محمد عمران	ماجستير	دور الصحافة الحزبيه فى التنمية السياسيه - دراسة تحليليه للعدد الاسبوعى فى الاحرار والوفد والاهالى والشعب ومايو من ٨٧ : ١٩٩٢م مع دراسة ميدانيه على القراء بمحافظه سوهاج	أ.د عبد الوهاب كحيل د. محمود عبد الغنى ١٩٩٤/٦/١٣م
١٧	نجلاء محمود عثمان أبو سمرة	ماجستير	معوقات الاداء الاعلامى للصحفيات المصريات مهنيه - شخصيه - إجتماعيه دراسة ميدانية على عينة من الصحفيات العاملات فى الصحف القوميه والحزبيه	أ.د منير حجاب ١٩٩١/٩/٣٠م

		والاقلية			
١٨	منال العارف أحمد	ماجستير	المشكلات المؤثرة على نقائم بالاتصال في لادعه - درسه ميدانيه على نقائم - لاتصال في الشبكة الرئيسيه	أ.د منير حجاب	١٥/٣/١٩٩٣م
١٩	سماح ابو الفتوح	ماجستير	العينات في الحوت لاعلاميه - دراسة تحقيقية على عينة من الدراسات لصحفية في الجامعات المصرية من ٨٥ - ١٩٩٠م	أ.د منير حجاب د. سحر وهبي	٢٨/٢/١٩٩٤م
٢٠	احمد صابر رشوان	دكتوراه	القانون بالاتصار وقصداً اثبتة - دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصار - في الصحف والمجلات المصرية	أ.د منير حجاب د. عماد الدين عثمان	١٣/٦/٩٤
٢١	رواية أحمد مبارك	ماجستير	جلال الدين ختم مصى صحفيا	أ.د عبد الوهاب كحيل د. أحمد حسين محمد	٣٠/٩/١٩٩٠م
٢٢	حنفي حيدر أحمد	ماجستير	العوامل التي تؤثر على نقائم الأخبار في الصحف المصرية مع دراسة ميدانية على نقائم بالاتصال في الصحف القومية والمعارضة	أ.د عبد الوهاب كحيل د. فوزى عبد الغنى	٣٠/٩/١٩٩٠م



رسائل الماجستير فى الإعلام  
من قسم الصحافة  
بكلية الآداب بسوهاج

# الحرب النفسية ضد الإسلام فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم فى مكة

اسم الباحث : عبد الوهاب أحمد محمد كحيل

الدرجة : الماجستير

اشراف : د/ احسان سعد الدين عسكر

تاريخ المنح : ١٩٨٠ .

---

## مشكلة الدراسة وأهدافها :

تعرض هذه الدراسة " الحرب النفسية ضد الاسلام فى عهد الرسول " فى مكة لدراسة الحرب النفسية ، لما لها من ، اهمية فى العصر الحديث ، حيث أصبح هذا اللون من الحرب يستخدم بدلا من حرب المدافع والقنابل والبنادق ، لاجداث التأثير المطلوب وهو ما يطلق عليه البعض اسم " الحرب الباردة " تميزا لها عن الحرب الساخنة التى تندفق فيها الدماء .

وقد ركزت هذه الدراسة على العهد المكي من حياة الرسول بعد البعثة لالقاء الضوء على هذه الفترة المهمة من الدعوة الاسلامية ، والتى أرسى خلالها الاسس والمبادئ والدعائم للدين الاسلامى ، ويرجع سبب تحديد البحث فى هذه الفترة الى عاملين رئيسيين :

الأول : أهمية هذه الفترة من حياة الدعوة الاسلامية ، فهى التى أظهرت صلابة المسلمين وتمسكهم بمبادئهم ، وحيهم لرسولهم ، وصمودهم أمام كل تحد ، وكل قوة من

قوى الكفر التى حاولت بكل الاساليب المتاحة أن تصدهم فى دعوتهم ، وان تعيدهم الى الوثنية ، وعبادة الاصنام .

الثانى : ان هذه الفترة من حياة الدعوة لم تأخذ حقها من اللقاء الاضواء عليها كما لقيت فترة العهد المدنى من اهتمام المؤرخين والعلماء الذين تناولوها بالدراسة والتحليل فقد كان كتاب السيرة والمؤرخون يمرون على العهد المكى من حياة الرسول صلى الله عليه وسلم ، مروراً سريعاً ، وبطريقة روتينية متكررة ، بينما لم يتعرض رجال الاعلام لهذه الفترة ولم يعالجوها معالجة متخصصة .

### منهج الدراسة :

اقتضت طبيعة هذا البحث اختيار المنهجين التاريخي والتحليلي ، وقد استرشدنا فى معالجتنا بالنماذج التى وضعت للاتصال فى العصر الحديث من حيث وجود مرسل ورسالة ومستقبل حيث عرضنا بذلك للحرب النفسية التى وجهت للدعوة ( كرسالة ) والحرب النفسية التى وجهت للرسول صلى الله عليه وسلم ( كمرسل ) ، والحرب النفسية التى وجهت للصحابة ( كجمهور ) أو كمستقبل لهذه الرسالة ، وما استخدمه أعداء الاسلام كمحاولات للتشويش على هذه الدعوة من وسائل واساليب لمنع اتمام عملية الاتصال الاعلامي .

### خطة البحث :

يشتمل البحث على خمسة فصول :

الأول : توضيح مفهوم الحرب النفسية قديماً وحديثاً وأهدافها وأسس تخطيط الحرب النفسية وأنواع الحرب النفسية وسبل مقاومتها ، ثم تعرض لوسائل الحرب النفسية من شخصية وجمعية وجاهيرية ولاساليها ، كما تعرض الباحث لرجال الحرب النفسية والصفات اللازمة لرجل الحرب النفسية .

الثانى : الحرب النفسية والاسلام فى مكة مع المقارنة بين أساليب الحرب النفسية الحديثة والاساليب التى استخدمت ضد الاسلام كدعوة أو كرسالة موجهة الى المجتمع المكى ، وقد قمنا بعرض موقف أعداء الاسلام من الدعوة وعرض ردود الفعل الناتجة عن استخدام بعض أساليب الحرب النفسية ضد الدعوة من حيث هى ، وضد القرآن ، وأوضحنا دفاع الرسول صلى الله عليه وسلم من الدعوة والاساليب التى اتخذها لتحسين جبهته الداخلية ، وحسن معاملة الرسول صلى الله عليه وسلم لغير المسلمين لتأليف القلوب حول الدعوة الاسلامية ، أى ليصبحوا حلفاء بدلاً من أن يكونوا أعداء ، ثم اتخذاه صلى الله عليه وسلم لاسلوب الصبر والسلم وعدم الحرب .

ثم تناول أيضا صفات الرسول صلى الله عليه وسلم كحامل رسالة ودعوة ، وقد عرضنا لدفاع القرآن عن الدعوة ، وتنديده بأعدائها .

الثالث : فقد تناول ، الحرب النفسية ضد الرسول صلى الله عليه وسلم ، وموقف أعداء الاسلام من الرسول نفسه ، والاساليب النفسية التى سلكوها لحربه ، ثم تعرضنا لاساليب الصحابة فى الدفاع عن الرسول وأوضحنا كيف وقفوا الى جانبه مسلمين وغير مسلمين ، وكيف دخلوا معه التعب وذاقوا الجوع والمقاطعة بكل أنواعها ثلاث سنوات كاملة ، نتيجة لحسن معاملة الرسول وحسن اخلاقه . ثم لدفاع القرآن عن الرسول صلى الله عليه وسلم وردة على الكفار ، وتزويده للرسول بالاجابات على أسئلتهم .

الرابع : فقد تناول ، جهاد الصحابة فى تحمل الأذى وفى نشر الدعوة وفى الهجرة وما استخدموه من أساليب فى جهادهم لمقاومة الحرب النفسية العادية ولنشر الدعوة فى نفس الوقت ، ثم دفاع القرآن عن الصحابة .

الخامس: يعرض البحث لانتصار المسلمين على أعدائهم فى ميدان الحرب النفسية ، حيث تعرض لعرض مجمل لكل الوسائل الاساليب التى استخدمها الكفار فى مجال الحرب النفسية ، ثم لكل الوسائل والاساليب التى استخدمها المسلمون

# الاتصال الشخصى

## فى ميدان العلاقات العامة

اسم الباحث : محمد عمر متولى أحمد العطار .  
الدرجة العلمية : الماجستير .  
اشراف : أ.د/ إحسان سعد الدين عسكر .  
سنة المنح : ١٩٨١ .

---

### مشكلة الدراسة وأهميتها :

يتناول هذا البحث دراسة الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة دراسة وصفية تحليلية ، هادفا من ذلك الوصول إلى تقييم موضوعى لمدى أهمية الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة فى مصر ، وطبيعته ، وأساليبه ، والقائمين بهذا الاتصال ، ودورهم ، ومهام وظائفهم وواجباتهم ، وأوجه النشاط التى يمارسونها .  
كما تهدف هذه الدراسة إلى اثبات كيف يحتفظ الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة بمكان الصدارة بين طرق ووسائل الاتصال الأخرى من حيث قوة التأثير رغم وجود وسائل الاتصال العامة الحديثة كالصحف والراديو والتلفزيون والسينما . . . وغيرها ، وما صاحب ذلك من اتساع فى دائرة انتشار الرسائل الإعلامية ، إلا أن هذا التقدم الإعلامى الهائل ، يفترق إلى أهم شئ يتمتع به الاتصال الشخصى ، وهو التفاعل السريع بين القائم بالاتصال والمستقبل لرسائله ، ومعرفة صدى الرسالة ورد



فعلها لديه ، وبذلك يستطيع القائم بالاتصال الشخصى توجيه اتصاله وصياغة رسائله بناء على هذا الصدى ، مما يساعد على إحداث التأثير المنشود عن طريق تبادل الآراء والمعلومات ووجهات النظر .

### نوع الدراسة ومنهجها :

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية وتستخدم منهج المسح الميدانى للحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث ، والتأكد من جمع كل البيانات الضرورية التى تكفل التعرض لها ، وتحليلها بأكبر قدر ممكن من الدقة ، وتفادى حدوث أى تحيز فى جمع البيانات المطلوبة حتى تزيد درجة اعتمادية النتائج المستخلصة منها ، وإمكانية انطباقها أو انسحابها على المواقف أو الحالات المتشابهة ، ولذلك تطلب منا هذا ضرورة الاهتمام بالتصميم الشكلى والهيكلى لتلك الدراسة .

كما استخدمت الدراسة الأسلوب الإحصائى فى تصميم هذا البحث ، لأنه يتفق مع طبيعة أهدافه من حيث اتجاهه إلى دراسة المتغيرات التى يمثلها أهم فرض من فروض هذا البحث الذى يهدف إلى إثبات كيف يحفظ الاتصال الشخصى فى ميدان العلاقات العامة فى مصر بمكان الصدارة بين طرق ووسائل الاتصال الأخرى .

### أداة جمع البيانات :

تم اختيار طريقة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات الخاصة بهذه الدراسة ، وتم تصميم صحيفتى استقصاء ، الأولى وهى الصحيفة ( أ ) الخاصة بالعاملين فى ميدان العلاقات العامة فى الجهات التى أجريت عليها الدراسة ، والثانية وهى الصحيفة ( ب ) الخاصة بالجمهور الداخلى للجهات التى أجريت عليها الدراسة .

### نتائج الدراسة :

١- يمثل الحاصلون على مؤهلات متوسطة أعلى نسبة من العاملين فى إدارات العلاقات العامة المختلفة التى أجريت عليها الدراسة ، إذ دل الاتجاه العام على أن

نسبتهم حوالى ٣٧,٩٪ ويظهر ذلك بشكل واضح فى الهيئات والمخافطات  
والمؤسسات .

٢- ان أكبر نسبة من العاملين فى ميدان العلاقات العامة فى الجهات التى أجريت  
عليها الدراسة هى نسبة الذين تقل عدد سنوات الخبرة لديهم عن خمس سنوات اذ  
بلغت نسبة الاتجاه العام لهم حوالى ٤,٧٪ ويتركزون بشكل واضح فى البنوك  
والهيئات والمؤسسات ، وهذا مؤشر خطير ، حيث أن قلة سنوات الخبرة تنعكس  
على مستوى الأداء .

٣- ان نسبة كبيرة من الجهات المختلفة التى أجريت عليها الدراسة لا تهتم بتدريب  
العاملين فى إدارات العلاقات العامة بها ، وقد بلغت هذه النسبة حوالى ٨٨,٩٪  
ويتركز معظم هؤلاء العاملين بشكل واضح فى كل من المخافطات والهيئات  
والمؤسسات ، وهذا مؤشر خطير ، إن دل على شىء فإنما يدل على قصور النظرة  
الى أهمية إدارات العلاقات العامة وأهمية إعداد العاملين فيها .

٤- أن هناك نسبة كبيرة من العاملين فى إدارات العلاقات العامة بالجهات التى  
أجريت عليها الدراسة لا يجيد الحديث بأية لغة أجنبية ، وقد بلغ الاتجاه العام لهذه  
النسبة حوالى ٣٤,٩٪ ويتركز معظم الذين لا يجيدون أية لغة أجنبية فى كل من  
المخافطات والمؤسسات والهيئات بشكل واضح .

٥- أن نسبة الذين يحبون مهنتهم فى إدارات العلاقات العامة فى الجهات التى أجريت  
عليها الدراسة بلغت حوالى ٧٩,٨٪ ويتركزون بشكل واضح فى كل من الفنادق  
والبنوك والشركات .

٦- أن الشركات تهتم بإدارات العلاقات العامة أكثر فى الجهات الأخرى التى  
أجريت عليها الدراسة ، ولذلك تحتل إدارات العلاقات العامة بها مكانة تكاد أن  
تكون لاثقة بها ، بينما تحتل البنوك المركز الثانى من حيث أهمية إدارات العلاقات  
العامة بالنسبة لها ، ثم تليها الوزارات ، ثم الفنادق ثم الجامعات ثم الهيئات ثم  
المخافطات ثم المؤسسات .

٧- دل الاتجاه العام على أن حوالى ٨٦,١٪ من الجماهير الداخلية للجهات الى أجريت عليها الدراسة يؤمنون بأهمية ادارات العلاقات العامة بالنسبة للجهات التى يعملون بها ، ويتركز معظم هؤلاء بالفنادق والشركات تليها الجامعات والبنوك والمؤسسات والوزارات والمحافظات والهيئات .

٨- دل الاتجاه العام على أن هناك حوالى ٩٦,١٪ من العاملين فى ادارات العلاقات العامة التى أجريت عليها الدراسة أكدوا أهمية ادارات العلاقات العامة للجماهير الداخلية ، ويتركز معظم هؤلاء فى الفنادق والبنوك ، تليها الشركات ثم المؤسسات والهيئات والجامعات ثم المحافظات .

٩- أن العاملين فى ادارات العلاقات العامة يرون أن أهم نشاط تقوم به اداراتهم هو استقبال الوفود وتنظيم زياراتهم ، وهذا النشاط يعتمد اعتمادا رئيسيا على الاتصال الشخصى ، ويبرز هذا النشاط بشكل واضح فى كل من الهيئات والشركات والمؤسسات .

١٠- بلغت نسبة استخدام وسائل الاتصال الشخصى حوالى ٨٧,٣٪ بينما بلغت نسبة استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى ٢١,٧٪ ومعنى هذا ان العاملين فى ادارات العلاقات العامة بالجهات التى أجريت عليها الدراسة يرون أن وسائل الاتصال الشخصى أكثر أهمية من وسائل الاتصال الجماهيرى فى ميدان العلاقات العامة .

١١- تحتل المقابلات الشخصية المرتبة الاولى كوسيلة من وسائل الاتصال فى ميدان العلاقات العامة ، اذ بلغت نسبة الاتجاه العام التى أدلت بها الجماهير الداخلية للجهات التى أجريت عليها الدراسة لاستخدامها حوالى ٢٨,٣٪ .

١٢- تفوقت نسب استخدام وسائل الاتصال الشخصى على نسب استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى ، اذ بلغ مجموع نسب استخدام وسائل الاتصال الشخصى حوالى ٧٥,٩٪ بينما بلغ مجموع نسب استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى حوالى ٢٤,١٪ .

## التوصيات :

- ١- ضرورة تغير وجهات نظر بعض القيادات العليا الى وظيفة العلاقات العامة .
- ٢- الاهتمام بانتقاء العاملين في ادارات العلاقات العامة ، وضرورة تدريبهم واثابة فرص التنمية المهنية والعلمية والإدارية أمامهم ، وأبعاد العناصر غير الصالحة الى ادارات أخرى غير ادارات العلاقات العامة .
- ٣- ضرورة الاهتمام بتوفير الامكانيات اللازمة لادارات العلاقات العامة ، وزيادة الاعتمادات المالية المخصصة لها مع وضع ضوابط للاتفاق تتسم بالمرونة .
- ٤- ضرورة تعاون الادارات المختلفة مع ادارة العلاقات العامة حتى يتسنى لها أن تقوم بمهامها على الوجه الأكمل .
- ٥- الاهتمام بوضع الخطط والبرامج للأنشطة التي تقوم بها إدارات العلاقات العامة ، ومتابعة آثارها على أفراد الجماهير التي تتعامل معها .
- ٦- ضرورة تطبيق الأسلوب العلمي في تخطيط أنشطة العلاقات العامة وتقويم برامجها .
- ٧- ضرورة الاهتمام بنقل رغبات الجماهير إلى القيادات العليا ، والعمل على تحقيق الممكن منها .
- ٨- رعاية اتصالات العاملين في إدارة العلاقات العامة برجال الإعلام والفكر وقادة الرأي في المجتمع .
- ٩- العمل على إزالة قيود الروتين التي تفرضها بعض الجهات على إدارات العلاقات العامة ، وخاصة ما يتعلق بإجراءات تسديد سلفيات الصرف على الضيوف أو الأنشطة المختلفة ، أو اجراءات اذونات شغل السيارات وما نحو ذلك .
- ١٠- العمل على توفير المناخ المناسب للعاملين في ادارات العلاقات العامة ، وضرورة صرف حوافز ومكافآت تشجيعية لهم ، وخاصة الممتازين منهم .
- ١١- توحيد زى العاملين في ادارة العلاقات العامة بأى جهة ، وخاصة فى المناسبات ووضع شارات مميزة حتى يسهل التعرف عليهم .

# العلاقات العامة فى السىاحة

## مع التطبيق على الإدارة العامة للعلاقات العامة السىاحية بوزارة السىاحة

اسم الباحث : أحمد محمد أحمد زيدان .

الدرجة العلمية : الماجستير.

اشراف : أ . د / إبراهيم امام

سنة المنح : ١٩٨١ .

### مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنحصر مشكلة هذه الدراسة فى تحديد الأسس العلمية لممارسة العلاقات العامة وتطبيقاتها بالنسبة للسياحة بغرض إبراز الدور المتزايد الأهمية لهذا الفن المتطور وما يمكن أن يحققه من تنشيط لحركة السياحة فى مصر ، وعلى هذا فإن الأهداف الرئيسية لهذه الدراسة هى :

١. تحديد ما يمكن لإدارات العلاقات العامة فى المنشآت السياحية الإفادة منه فى مجال التطبيق العملى وبالتالى تحديد أسس المحاسبة المهنية السليمة .

٢. وضع هذه الدراسة تحت تصرف من يأتى بعد من الباحثين الآخرين لاستكمال الزوايا الفنية الدقيقة فيما يتعلق بأبعاد هذه الممارسة وتأثيراتها .

## نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية ويرجع اختيار الباحث لهذا النوع من الدراسة إلى أن جزءا كبيرا من بحوث الإعلام خاصة وبحوث العلاقات العامة بصفة عامة تدرج تدرج تحت قائمة هذا النوع من الدراسة فهناك حاجة مستمرة إلى التعرف على خصائص جماهير أى منظمة أو مؤسسة تحرص على كسب ثقة جماهيرها وتأيلدهم ، ونجاحها يكون بقدر ما يتوافر لإدارة العلاقات العامة بالمنظمة من معلومات عن خصائص الجماهير من حيث السن والدخل والمستوى المهني والتعليمي . . الخ .

ويرى الباحث أن تحديد نوع الدراسة على هذا النمط يخدم أهداف البحث لأنه يتطلب من الباحث أن يكون أكثر دقة ، وأن يصل الى بيانات وحقائق أكثر تحديدا .

## المنهج المستخدم فى الدراسة :

يشير مفهوم المنهج إلى الطريقة التى يتبعها الباحث للدراسة المشكلة موضوع البحث . أو بمعنى آخر فانه يشير إلى أسلوب التفكير النظم والكيفية التى يصل بها الباحث إلى هدفه، أى دراسة الظاهرة المعنية .

وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعى .

## أداة جمع البيانات :

وهى هنا الاستقصاء . . . وقد تم استيفاء بيانات الاستمارة عن طريق أخصائى العلاقات العامة نفسه حتى تعطى له حرية الإجابة دون تأثير من الباحث نظرا لحساسية موضوع الدراسة

وقد اشتملت الاستمارة على أربعة أنواع من الاسئلة :

١. أسئلة تهدف إلى الكشف عن مدى المعرفة .

٢. أسئلة تهدف إلى التعرف على رأى .

٣. أسئلة تهدف إلى الكشف عن الواقع •

٤. أسئلة قصد منها استشفاف أوجه معينة متعلقة بالعمل •

وقد حرص الباحث على أن تحتوى الاستمارة على عدد من الأسئلة المفتوحة ، حتى يتيح قدرا أكبر من الحرية للمبحوثين للتعبير عن آرائهم فى النواحي التى رأى الباحث أهمية لذلك، ولكن مع مراعاة لإقلال منها ، قدر الإمكان ، لأنها تعطى اجابات متنوعة كما أن إجابات المبحوثين قد تفسر بأكثر من معنى ، وذلك قد يؤدى إلى صعوبة فى التحليل •

وقد روعى بصفة عامة فى الاستمارة البساطة ، والوضوح فى الأسئلة وأن تكون ألفاظها قريبة من الواقع الميدانى • وقد تضمنت الاستمارة :

• معلومات شخصية عن أخصائى العلاقات العامة الذى يعمل فى مجال السياحة ، كالمؤهل العلمى ، نوعية الدراسة ، اللغات الاجنبية التى يجيدها ، السن ، النوع ، الخبرة •

• معلومات عن أهمية العلاقات العامة وأهدافها ووظائفها فى السياحة •

• معلومات عن مدى مشاركة إدارات أخرى فى المنشأة لعمل إدارات العلاقات العامة السياحية •

• موضوعات عن بحوث العلاقات العامة •

• معلومات عن وسائل الاتصال التى تستخدمها العلاقات العامة فى اتصالاتها بالجمهور •

• معلومات عن الصفات الواجب توافرها فى أخصائى العلاقات العامة السياحية وأهم هذه الصفات •

• معلومات عن طبيعة الدور الممارس للعلاقات العامة فى السياحة والصعوبات التى تعترض تلك الممارسة ووسائل التغلب عليها •

## نتائج الدراسة :

إن نتائج الدراسة الميدانية التى أجريت على العاملين بالإدارة العامة للعلاقات العامة السياحية  
بوزارة السياحة - مجتمع البحث - توضح ما يلى :

### ١ - النواحي العلمية والتخصصية للعاملين

#### ( أ ) المؤهل العلمى :

أوضحت الدراسة زيادة عدد الحاصلين على مؤهل عال عن باقى المؤهلات الأخرى فقد  
زادت نسبة المؤهلات العليا عن المتوسطة بمقدار ٢١,٨٧٥ ٪ كما زاد التركيز على نوعيات  
الخريجين ذوى الكفاءة من الناحية اللغوية ، فقد احتل الحاصلون على مؤهلات (آداب-السن )  
النسبة الكبرى • كذلك التوزيع فى المؤهلات المتخصصة ذات الطابع المتعلق بالنواحي  
السياحية كالإعلام والآثار • لكن يؤخذ على هذا التوزيع فى المؤهلات ، عدم وجود خريجين  
من الحاصلين على بكالوريوس السياحة •

#### (ب)الامام باللغات:

• رغم التركيز على المؤهلات ذات الاهتمام اللغوى ، إلا أن الدراسة أوضحت أن أغلب  
العاملين يجيدون لغة واحدة أو لغتين • بينما لم تتعدى نسبة الذين يجيدون أكثر من لغتين إلا  
٦ ٪ تقريبا من العاملين •

• كان التركيز على اللغة الانجليزية ثم الفرنسية بينما كان نصيب الأسبانية ٩ ٪ والالمانية  
٦ ٪ فقط •

### ٢ - نوع العاملين ومتوسط أعمارهم ومدد خبرتهم فى العمل :

أظهرت الدراسة أن الغالبية العظمى من العاملين بالإدارة من النساء ،وقد بلغ متوسط  
أعمارهن ٣٤ سنة تقريبا • ولديهن خبرة فى مجال العمل تتعدى الخمس سنوات • وقد  
أوضحت الدراسة أن متوسط سنوات الخبرة للعاملين ٧ سنوات وهذا شئ مرغوب فيه •



### ٣ - أهمية العلاقات العامة وأهدافها فى السياحة :

أوضحت الدراسة أهمية العلاقات العامة أهمية مطلقة وأن أهم الاهداف التى تسعى إلى تحقيقها وفقا لآراء العاملين بالإدارة هى الفوز بثقة الجمهور الخارجى فى المقام الأول بينما الهدف فى كسب تأييد الجمهور الداخلى كان فى ذيل القائمة

أما بالنسبة لوظائف العلاقات العامة فى مجال السياحة • فقد احتلت أعمال الحفاوة المقام الأول وبلغت درجة أهميتها ٧٨٪ تقريبا - يليها فى درجة الأهمية أعمال التسهيلات (حجز - تأشيرات - خدمات وتسهيلات ) بينما كانت باقى الوظائف ذات أهمية أقل وهى على التوالى (نشر ودعاية ، دراسة اتجاهات الجماهير ) • على الرغم من أن أهم وظائف العلاقات العامة ينبغى أن تكون دراسة اتجاهات الجماهير فى المقام الأول لفهم ميولها وعاداتها وتقاليدها للعمل على تليتها ضمانا للفوز بالثقة والتأييد •

### ٤ - البحوث :

أوضحت الدراسة أن ادارة العلاقات العامة لاتقوم بإجراء بحوث بالمعنى المفهوم للبحوث ولكنها تعتمد أساسا فى هذه الناحية على تحليل الشكاوى بالدرجة الأولى ثم الاجتماعات والمناقشات بالدرجة الثانية • وأن أسباب عدم إجراء البحوث تلخص فى :

١. عدم إيمان الإدارة العليا للمنشأة بالبحث كوظيفة أساسية من وظائف العلاقات العامة
٢. عدم وجود مخصصات مالية لإجراء البحوث •
٣. عدم وجود فنيين بإدارة العلاقات العامة مؤهلين للقيام بمثل هذه البحوث •
٤. إن إجراء البحوث ليس من اختصاص إدارة العلاقات العامة ولكن من اختصاص جهات أخرى فى المنشأة •

## ٥ - وسائل الاتصال بالجمهور :

أوضحت الدراسة أن أهم وسائل الاتصال بالجمهور الداخلية تتم عن طريق الشكاوى والتظلمات ثم المقابلات الشخصية يليها الخطابات والرسائل الداخلية . كما أوضحت الدراسة أن أهم وسائل الاتصال بالجمهور الخارجية تتم بواسطة المطبوعات السياحية ثم توجيه الدعوات.

## ٦ - التدريب :

أوضحت الدراسة أهمية دور التدريب في الإعداد المهني بالنسبة للعاملين في هذا المجال ، وقد حصل أغلبهم على دورات تدريبية بعضها تخصصية فقط في مجال العلاقات العامة السياحية وبعضها ثقافية أو إدارية فقط . وقد حصل نسبة قليلة منهم على أكثر من دورة تدريبية ونسبتهم لا تتعدى ١٦٪ من العاملين . وكانت السمة الغالبة للدورات التدريبية الثقافية العامة فقط ، بينما تقاربت نسبة الحاصلين على دورات تخصصية أو إدارية فقط .

## ٧ - أهم الصفات الواجب توافرها في أخصائي العلاقات العامة :

أوضحت الدراسة أن الثقافة والاطلاع والاجادة التامة لعدة لغات وسعة الصدر والخلق القويم والقدرة على معاملة الناس ذات المقام الأول في الأهمية بالنسبة للصفات .

أما حب الاستطلاع والميل للاختلاط وسرعة البديهة والبشاشة والقدرة على تكوين علاقات وقوة الشخصية فهي في المرتبة الثانية من الأهمية .

وهذه الصفات جميعها لا يمكن التغاضي عن أحداها بالنسبة لأخصائي العلاقات العامة غير أن صفة النضج العاطفي لم تحظ إلا بدرجة أهمية ضعيفة رغم أهمية توافر هذه الصفة في المقام الأول لضمان الوقار واحترام قدسية العمل المنوط إليه .

## ٨ - المقابل المادى والمعنوى :

أوضحت الدراسة كذلك ضرورة كفالة حق العاملين من المقابل المادى والمعنوى ذلك لكون المقابل المادى ذو أهمية بالنسبة لحسن المظهر واللياقة التامة كما أن المقابل المعنوى ضرورى أيضا حتى لا تنعكس آثار الإحباط الذى يتعرض له أخصائى العلاقات العامة أثناء العمل فى تعامله مع الجمهور .

### أهم الصعوبات التى تواجه إدارة العلاقات العامة :

أوضحت الدراسة أن هناك صعوبات تواجه إدارة العلاقات العامة وتحويلها وبين تأدية وظائفها - كما ينبغي أن تكون فى تنشيط السياحة .

وفيما يلى الصعوبات مرتبة ترتيبا تنازليا حسب درجة الأهمية من وجهة نظر أفراد مجتمع البحث :

١. عدم الاهتمام بتدريب العاملين بالإدارة على الأساليب والأدوات الحديثة اللازمة لعملهم فى هذا المجال .

٢. عمليات التخفيض المستمر فى ميزانية الإدارة بدعوى ترشيد الانفاق .

٣. عدم وضوح المفهوم من العلاقات العامة .

٤. عدم تحديد أنشطة العلاقات العامة تحديدا دقيقا .

٥. الإحباط الشديد الذى يتعرض له العاملون داخل المنشأة وخارجها باعتبار أن عملهم ثانوى

٦. غياب الأسلوب العلمى فى ممارسة وظيفة العلاقات العامة .

٧. عدم اقتناع الإدارة العليا للمنشأة بوظيفة العلاقات العامة كوظيفة أساسية من وظائف الإدارة .

## التوصيات :

وفيما يلي مجموعة من التوصيات العامة يخرج بها البحث ، يضعها الباحث أمام المسؤولين عن العمل السياحي لعلها تجدد اهتماما ، وذلك حتى يمكن تجنب الكثير من الصعوبات التي تعترض الممارسة المهنية السليمة . وبذا نكون قد فتحنا الطريق أمام العلاقات العامة لتأدية وظائفها - كما ينبغي أن تكون - في هذا المجال الحيوى العام .

١ - اقناع الإدارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة والدور الذى يمكن أن تلعبه فى هذا المجال .

٢ - الاختيار السليم للعاملين فى مجال العلاقات العامة السياحية ، ومن ثم إعادة النظر عند توزيع الخريجين للعمل بإدارات العلاقات العامة السياحية ويفضل أن يكون من خريجي كلية السياحة .

٣ - أن يكون هناك اتصال مشترك بين كلية السياحة وإدارة العلاقات العامة السياحية وذلك لتبادل الرأى بخصوص متطلبات الإدارة من الكفاءات المطلوبة ، وأن يلقى الخريجين فى السنوات النهائية ندرتهم العملى بإدارة العلاقات العامة السياحية تحت إشراف الأخصائيين وبتوجيهات الأساتذة المتخصصين .

٤ - الاستعانة بأساتذة العلاقات العامة والسياحة بالجامعات فى النواحي البحثية وعرض المشاكل التى تتعرض لها حتى يمكن إيجاد الحلول العلمية عن طريق البحوث النظرية والتطبيقية .

٥ - رسم سياسة للغات التخاطب فى إدارة العلاقات العامة بشرط توافر معظم اللغات الأجنبية المتداولة .

٦ - الاهتمام بالتدريب التخصصى على أن يشتمل على النواحي الإنسانية والنفسية والإدارية علاوة على الجوانب الفنية المتعلقة بطبيعة العمل لاسيما التدريب على الأساليب والأدوات

الحديثة اللازمة للعمل كالأاليب الإحصائية والكمية فى جمع البيانات والمهارات السلوكية مع الجماهير .

٧ - الاهتمام بالبعثات التدريبية للخارج وذلك للدراسة طبائع وعادات وتقاليـد هذه الشعوب بالإضافة إلى الاستزادة باللغات واكتساب الخبرات والمعرفة فى هذا المجال .

٨ - التنسيق الاتصالى بين ادارات العلاقات العامة والادارات الاخرى المتعلق عملها بالسياحة

٩ - وضع لائحة مالية متطوره خاصة بإدارة العلاقات العامة تتمشى مع تزايد الحركة السياحية بالبلاد وسياسة الانفتاح الاقتصادى .

١٠ - تطوير وسائل الاتصال التى تستخدمها إدارة العلاقات العامة فى اتصالاتها بالجماهير الداخلية والخارجية على أن تكون متسمة بالمرونة والسرعة . وأن تكون المبادرة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة وأيسر للجمهور .

# تبادل البرامج الإذاعية بين الدول الأفريقية

الباحث : حمدى حسن محمود .

الدرجة العلمية : الماجستير .

الإشراف : أ.د/ إبراهيم إمام .

سنة المنح : ١٩٨١ م .

---

## مشكلة الدراسة :

تتضمن مشكلة هذه الدراسة فى بحث كيفية مساهمة الإذاعة باعتبارها أهم وسيلة اتصال جماهيرية فى أفريقيا فى معالجة هذه الأمور المصرية ودور التبادل الإذاعى بين الدول الأفريقية فى دعم الاتصال والتفاعل ونقل المعلومات بين الدول الأفريقية وشعوب العالم الأخرى بما يساعد الدول الأفريقية على التعاون والتكيف الحضارى .

وثمة أهمية لهذه الدراسة تأتى من أحدا لم يلتفت إلى دراسة الأذاعة الأفريقية فى المكتبة العربية ، بل إن دراسة التبادل الإذاعى فى أفريقيا ربما كانت هذه الدراسة فى مقدمة الدراسات التى تتناول هذا الأمر كما أوضح ذلك فى لقاء شخص رئيس اتحاد الإذاعات الأفريقية أثناء زيارته للقاهرة ، ولقد واجهت الباحث عدة مشكلات أثناء البحث لعل ندرة المعلومات والإحصاءات الحديثة كانت أعقدها جميعا والتى ضمن بها اتحاد الإذاعات الأفريقية رغم مراسلته رسميا عن طريق اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصرى واحجام هيئات الإذاعة

الأفريقية عن الرد والمبالغة التي وردت فيما وصل من ردود وقد اعتمدت في الاحصاءات على ما ورد في بعض المراجع الأجنبية واحصاءات اليونسكو وغيرها .

### فروض الدراسة :

يختبر هذا البحث ثلاثة افراضات يرى الباحث أنها تتمثل في :

أولا : أن الإذاعة الأفريقية بشقيها المسموع والمرئي تعتمد في تنظيمها وتجهيزاتها الفنية على مصادر غير إفريقية . ويعنى هذا :

١ - إن تنظيم الإذاعة لايعبر عن الواقع المحلى ولا يلبي من احتياجات المجتمع المحلى .

٢ - أن اعتماد الإذاعة في تجهيزاتها على مصادر غير إفريقية يؤثر على فعالية الإذاعة في أدائها لدورها .

ثانيا : إن التبادل البرامجي بين الإذاعات الأفريقية ضعيف . ويعنى هذا :

١ - أن الإذاعة في أفريقيا لا تلعب دورا يذكر في بلورة الشخصية الأفريقية وجمع كلمة الشعوب الأفريقية تجاه قضاياها العامة وترسيخ النثل الأفريقية العليا .

٢ - أن الإذاعة في أفريقيا لا تسهم بالقدر المطلوب في تلاقى الشعوب الأفريقية وتعارفها طالما انها لا تقدم فكر وثقافة وحضارة الشعوب الأخرى لمستمعيها

ثالثا : إن الإذاعة الأفريقية تعتمد على مصادر برامجية غير أفريقية بنسبة كبيرة ، وهذا يعنى:

١ - أن القارة الأفريقية تتعرض لغزو ثقافى أجنبى يساهم في حماية المصالح الأجنبية في أفريقيا .

٢ - أن مساحة زمنية كبيرة تضيع من وقت الإذاعة الأفريقية في غير صالح الشعوب الأفريقية .

٣ - ان الاذاعة الأفريقية لا تساهم بالقدر المطلوب فى تأكيد الهوية والثقافة  
الأفريقية داخل الدول الأفريقية .

### منهج البحث :

استخدم البحث المناهج الآتية :

- أولا : المنهج التاريخى لبيان نشأة وتطور الإذاعة فى أفريقيا إبان الفترة الإستعمارية وما تلاها وعرض نشأة وتطور التبادل البرامجى على المستوى الدولى .
- ثانيا : المنهج الوصفى وذلك لبيان الواقع الحالى للإذاعة الأفريقية من مختلف عناصر العملية الإذاعية والموقف الراهن للتبادل البرامجى على المستوى الدولة وحالة التبادل البرامجى داخل القارة الأفريقية وبيان واقع الاتصالات الأرضية والفضائية فى القارة الأفريقية .

### خطة البحث :

ويتكون البحث من ثلاثة أجزاء :

- الأول : وهو جزء عام يتناول فيه الباحث الواقع الأفريقى بعرض موجز لهذا الواقع من النواحي الاقتصادية والاجتماعية لإلقاء الضوء على بيئة البحث .
- الثانى : ويتناول فيه الباحث نشأة وتطور الإذاعة فى أفريقيا والظروف التى أحاطت بهما والشكل الحالى لتنظيم الإذاعة وامكانيات الإذاعة الأفريقية من ناحية الانتاج والارسال والاستقبال ومصادر التمويل وما تقوم به الإذاعة تجاه المجتمعات الأفريقية .
- الثالث : ويعرض فيه الباحث لنشأة وتطور فكرة التبادل البرامجى على المستوى الدولى ويعرض لأهم الاتحادات الإذاعية العاملة فى هذا المجال ثم يعرض للمنظمات العاملة فى أفريقيا سواء على مستوى القارة أو على المستوى الإقليمى والجهود التى تبذل فى مجال التبادل البرامجى والإخبارى بين دول القارة والتبادل بين أفريقيا والعالم الخارجى ويعرض الباحث من خلال هذا الجزء معوقات التبادل



البرامجى بين الإذاعات الافريقية وأهمية تطوير شبكة الاتصالات الأرضية والفضائية ، والعناصر اللازمة لقيام تبادل فعال بين دول القارة الأفريقية .

### أهم النتائج :

يتضح من العرض السابق لموضوع التبادل الإذاعى بين الدول الافريقية بشقيه المسموع والمرئى عدة حقائق :

أولا : ان التبادل القوائم بين المنظمات الإذاعية الأفريقية يكاد يكون أبسط أشكال التبادل الإذاعى القائم على المستوى الدولى ، سواء فيما بينها أو داخل اتحاد هيئات إذاعات الدول الأفريقية الذى يرعى شئون الإذاعة على مستوى القارة أو فى إطار اتفاقات ثنائية خارج نطاق الاتحاد أو بين افريقيا والعالم الخارجى والذى يأخذ التبادل فيه شكل التبادل من طرف واحد الذى يكون فى الغالب الأعم من خارج القارة وبصفة خاصة أوروبا الغربية والولايات المتحدة .

ثانيا : ان المنظمات الإذاعية الأفريقية فى ظل انعدام التبادل فيما بينهما قد سلكت سبيل شراء أو قبول البرامج الإذاعية الأجنبية غير الافريقية وهو اتجاه ينطوى على خطورة كبيرة تزداد فى أفريقيا بوجه خاص حيث ما تزال الموروثات الإستعمارية تعمل بفعالية داخل المجتمعات الأفريقية وحيث تحتفظ القوى الإستعمارية بمواقع ثقافية فى أفريقيا تعمل فى الحفاظ عليها داخل الدول الأفريقية ومن هنا كانت هذه البرامج بنسبتها المرتفعة خاصة فى مجال التلفزيون وسيلة معاونة فى تحقيق هذه السياسة .

ثالثا : إن الإذاعة الأفريقية - والحال هكذا - لا يمكن لها أن تقوم على المستوى الوطنى بدورها الفعال فى تأكيد الشخصية الأفريقية فى مواجهة الغزو الثقافى طالما أن نسبة كبيرة من برامجها مكونة من برامج إذاعية أجنبية تضر فى النهاية بالواقع الأفريقى . . . . وطالما أن الحكومات الأفريقية لا تضع الإذاعة فى مكانتها الحقيقية وتلقى منها الرعاية والاهتمام الكافيين وهو ما يوضحه حجم الاستثمارات

الحكومية فى مجال الإذاعة والجهود القليلة التى تبذل لتوفير أجهزة الاستقبال الإذاعية لجموع مواطنيها ممن لا يستطيعون شراء هذه الأجهزة .

رابعاً : انعدام الوعى لدى المنظمات الإذاعية الأفريقية بأهمية التبادل الإذاعى فيما بينها ويتضح ذلك من روح الكسل وعدم المبالاه التى تعمل بها هذه المنظمات الإذاعية داخل اتحاد الاذاعات الأفريقية وانعدام الإيجابية فى مواجهة نداءات اتحاد الإذاعات الأفريقية بشأن تقديم عدد من البرامج بشكل دورى لانعاش حركة التبادل بين الدول الأعضاء فى الاتحاد الذى ارتضته شكلاً يرمى شئون الإذاعة الأفريقية فى كل من المستويين القارى والدولى .

خامساً : أنه وإن لإقامة تبادل إذاعى بين الإذاعات الأفريقية فإن هذه الإذاعات ما تزال تعاني العوز بالنسبة لأجهزتها خاصة فى مجال التبادل الإخبارى فى التلفزيون وذلك بسبب سوء شبكة الاتصالات الأفريقية سواء الاتصالات الأرضية أو الاتصالات الفضائية وبسبب ارتفاع تعريفة استخدامها مما يحرم الإذاعة الأفريقية استخدامها وأيضا انعدام العنصر البشرى المدرب على تشغيل عملية التبادل على النحو الذى نراه .

## الأسس الفنية

### تصميم الإعلان الصحفى فى المجلات العامة

اسم الباحث : محمد أحمد أبو فرحة .

الدرجة العلمية : ماجستير .

إشراف : د.أ/ احسان سعد الدين عسكر . د.أ/ مصطفى حسين كمال .

سنة المنح : ١٩٨٣ م .

---

#### مشكلة الدراسة وأهدافها :

وتتعلق مشكلة هذه الدراسة بتحديد الأسس الفنية لتصميم الاعلان الصحفى بالمجلات العامة ، ومدى الاستفادة من هذه الأسس فى تصميم الإعلانات فى مجلتى المصور وأكتوبر .

لذلك تبلورت أهداف هذه الدراسة لتحقيق هدفين رئيسيين :

- ١- التأصيل النظرى للأسس الفنية لتصميم الإعلان الصحفى بالمجلات العامة .
- ٢- وصف تحليلى وكمى للإعلانات التى نشرت بالمجلتين خلال عام ١٩٨٢ بهدف التعرف على النقاط التالية :

- أ - الاتجاهات الاعلانية بالمجلتين خلال فترة الدراسة .
- ب- الاتجاهات الفنية لتصميم الاعلان الصحفى بالمجلتين .

- ج- مدى التزام المجلتين باستخدامات الاسس الفنية لتصميم الاعلان بالمجلات الفنية .  
د- تحديد الاساليب والوسائل التي تساعد على الارتفاع بالمستوى العلمى والفنى  
لتصميم الاعلان بالمجلات العامة ومجلى المصور وأكثوبر خاصة .

### منهج الدراسة وأداتها :

استعان الباحث فى دراسته بأكثر من منهج للبحث ، فقد اعتمد على المنهج التاريخى والمنهج الوصفى ، ومنهج تحليل المضمون لتحليل عناصر وأسس الاعلان فى مجلى المصور وأكثوبر ، واستعان أيضا بالمنهج المقارن للمقارنة بين الاعلان بالمجنتين .

وقد استخدم الباحث فى دراسته أكثر من أداة للبحث ، فكانت المراجع المكتبية لتأصيل الجوانب النظرية والتاريخية للدراسة ، وكانت أدوات تحليل المضمون لتحديد الاتجاهات الاعلانية والفنية بالمجنتين عن طريق تصميم استمارتى تحليل المضمون الاعلانى بالمجلات والمضمون الفنى بهما وذلك بعد تقنيهما .

كما اعتمد الباحث على الملاحظة والمقابلة الشخصية لمعرفة الجوانب التنظيمية لإدارة الاعلانات بكل من المجتين أثرهما على استخدامات الاسس الفنية لتصميم الاعلان بالمجنتين .

### نتائج الدراسة :

- ١- شغلت الاعلانات فى عينة البحث الأساسية بمجلة المصور مساحة قدرها ٢٩٢,٧٥ صفحة بنسبة قدرها ٢١,١٪ من جملة المساحة الكلية لعينة البحث بالمجلة البالغ جملتها ١١٠٤٤ صفحة خلال عام ١٩٨٢م .
- ٢- أما بالنسبة للمساحة الاعلانية لعينة البحث الأساسية بمجلة أكثوبر فقد بلغت جملتها ٢٧٨ صفحة بنسبة ٢٨,٤٪ من جملة المساحة الكلية لعينة البحث بالمجلة البالغ جملتها ٩٨٢ صفحة خلال عام ١٩٨٢م .

- ٣- النقص الواضح فى الاعلانات العربية والاجنبية التى كانت تعتمد عليها مجلة المصور  
نتيجة للعلاقات العربية الحالية مع مصر .
- ٤- التغيير المتابع لمجلس ادارة المجلة .
- ٥- عدم وجود ادارة مستقلة للاعلانات بالمجلة .
- ٦- عدم وضوح السياسة التحريرية للمجلة .
- ٧- ندرة الدراسات التى قامت بها المجلة عن القراء والسوق ، مع عدم الاستفادة من الدراسات السابقة التى قامت بها مؤسسات أخرى .
- ٨- استخدام اسلوب الطباعة الغائرة فى معظم الاعلانات الداخلية بالمجلة ، الامر الذى يؤثر فى وضوح وكفاءة الاعلان ، وبالتالي على اقبال المعلنين للاعلان بالمجلة .
- ٩- تمسك ادارة الاعلانات بدار الهلال بمبدأ عدم أحقية المعلن فى اختيار موقع اعلانه بزعم أن موقع الاعلان بالمجلة يتوقف على السياسة الاخبارية للمجلة .
- ١٠- عدم الاستفادة من الامكانيات الفنية لاسلوب الطباعة الملصق المستخدم فى طباعة أغلفة المجلة وبعض صفحات الوسط ، اذ من الملاحظ عدم استخدام صفحة الغلاف الثالثة للاعلانات رغم طباعتها بواسطة اسلوب الطباعة الملصق ، بل تم تخصيصها للرسوم الكاريكاتورية بدون ألوان .
- ١١- اختلاف أنواع الاعلانات بكل من المجلتين ، حيث اعتمدت مجلة المصور على الاعلانات الإعلامية التى جاءت فى المرتبة الأولى من حيث المساحة بها ، وذلك بنسبة قدرها ٧٤,٨ ٪ من جملة مساحة العينة الاساسية بالمجلة .
- ١٢- اختلفت أشكال الاعلانات بكل من المجلتين ، حيث جاءت اعلانات المساحة فى المرتبة الاولى بالمجلتين ، الا أنها تفوقت فى مجلة اكوبر عنها فى مجلة المصور .
- ١٣- اما بالنسبة للاعلانات التحريرية فقد جاءت فى المرتبة الثانية بالمجلتين مع وجود فارق نسبي بينهما ، حيث تفوقت مساحة الاعلانات التحريرية بمجلة المصور عن مثيلاتها فى مجلة اكوبر .

١٤- اعتمدت مجلة المصور على أسلوب الطباعة الغائر - الروتوجرافور - فى طباعة الاعلانات الداخلية بها سواء الملونة أم غير الملونة ، لذلك كان هذا الاسلوب الطباعى النصيب الاكبر من المساحة الإعلانية فى عينة البحث .

### التوصيات :

- ١- رفع المستوى الفنى لدى العاملين بدارات الاعلانات بالمجلات العامة حتى تتكامل الرؤية الفنية لديهم وذلك عن طريق اقامة الندوات والدراسات التدريبية لهم .
- ٢- انشاء شعبة للاعلان بنقابة الصحفيين ينضم اليها العاملون فى ميدان الاعلان الصحفى فى الوسائل الاعلامية أو انشاء رابطة مستفادة ترعى مصالحهم .
- ٣- العمل على وضع ميثاق شرف ينظم أسلوب العمل فى الميدان الاعلانى وأن يكون هناك ضوابط عند نشر الاعلانات فى الوسائل الاعلانية حماية للمواطنين من الدعاوى الاعلانية الوهمية أو المضللة والمبالغ فيها .
- ٤- أن تخضع الاعلانات عن السلع الغذائية أو السلع ذات الطبيعة الخاصة التى تستخدم للاستهلاك لنوع من الرقابة الصناعية مع تقديم المعلن شهادة للوسيلة الاعلانية تفيد مطابقة السلعة للمواصفات القياسية حتى يمكن نشرها بها .
- ٥- الاهتمام بتدريس الجانب الفنى لتصميم الاعلان وخصائص الوسائل الاعلامية لطلاب كليات التجارة ، وأيضا الاهتمام بتدريس الجانب الفنى للتصميم والجانب التسويقى بكلية الاعلام وأقسام الصحافة .
- ٦- انشاء معهد متخصص فى الدراسات الاعلانية ، تشمل مناهجه على الجوانب الفنية والاعلامية والتسويقية والادارية لتخريج المصمم والندوب والادارى المتخصص العارف بجوانب الاعلان المختلفة .

# الصحافة الحزبية

## والحياة السياسية فى مصر

من ( ١٩٠٦ - ١٩١١ )

اسم الباحث : محمد فتحى على محمد الساعى .

الدرجة العلمية : الماجستير .

دكتور/ محمد منير حجاب .

اشراف : د/ ابراهيم امام .

مسنة المنح : ١٩٨٣ م .

---

### مشكلة الدراسة وأهدافها ومنهجها :

وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الصحافة الحزبية فى مصر تجاه القضايا السياسية ، والوقوف على السياسة التى اتبعتها هذه الصحف فى خدمة الحركة الوطنية المصرية فى فترة شهدت أهم وأنشط أوقاتها . بعد أن كرسست هذه الحركة كل جهودها لإنقاذ مصر من نير الإحتلال الإنجليزى وإجلاء قواته عنها .

فكيف أدت هذه الصحف ما ألقى عليها القدر من مهام ؟ وهل لمجحت أم لا ؟ وما هى الأساليب التى تناولتها هذه الصحف فى تحقيق دورها الإعلامى والسياسى ؟ هذا هو السؤال الذى حاول الباحث الإجابة عليه من خلال هذه الدراسة ، وقد استخدم فى ذلك المنهج التاريخى . لتحقيق كل هذه الأهداف .

## خطة الدراسة :

وقد اشتملت هذه الدراسة على تمهيد لظهور الصحافة المصرية تحدث فيه الباحث عن العوامل التي ساعدت على ظهور الصحافة في مصر ثم تناول في فصول الدراسة دور هذه الصحف ، فكان لابد أن يتعرض الباحث لظهور الحياة الحزبية في مصر ، والعوامل الاجتماعية والسياسية التي ساهمت في ظهور الأحزاب المختلفة ثم تناول دور كل حزب في السياسة المصرية وهدفه .

وقد ارتبطت الأحزاب بدور الصحف بعد أن نبعت من داخلها وصار لكل حزب لسان حال متمثل في صحيفة ما أو عدد من الصحف - كما حدث في الحزب الوطني- وكان هذا هو موضوع دراسة الفصل الثاني .

وفي الفصل الثالث تناول الباحث دور صحافة الحزب الوطني - اللواء - العلم - الشعب - في السياسة المصرية وكيف تناولت الأحداث السياسية التي عاصرتها بالكتابة . وموقف الحزب الوطني تجاه هذه الأحداث .

وكانت دراسة الفصل الرابع متعلقة بجريدة حزب الأمة " الجريدة " التي تلخص موقفها في الاعتدال في تناول القضايا السياسية التي تناولتها الصحف الأخرى حرصاً منها على مصالح أصحابها " الأعيان " أما الفصل الخامس فقد كان دراسة لصحافة حزب الإصلاح المتمثلة في " المؤيد " أقدم الصحف الحزبية حينئذ والتي ارتبطت بالقصر لعلاقة صاحبها بالخدوي الذي أوعز إليه بإنشاء الصحيفة والحزب وقدم له المساعدة المالية لهذا الغرض .

واشتمل الفصل السادس والأخير على تقييم للصحافة الحزبية في هذه الفترة بعد أن ثبت دورها في خدمة الحركة الوطنية المصرية ، كما أسهمت في تعميق الانتماء لدى المصريين ببلادهم فطالبت بالحرية والاستقلال ، والدستور واستكملت أعمال الاحتلال في مصر وخارجها.



عاشت مصر فترة من اختصب الفترات فى تاريخها القومى • وشهدت خيرة زعماءها. وهى نفس فترة البحث - وهى خمس سنوات - كانت ثرية فى أحداثها السياسية المؤثرة كما أن الصحافة خلال هذه الفترة ساهمت مساهمة فعالة ولعبت دورا كبيرا ومؤثرا فى الحياة السياسية فتارة تكتب وتعلق عن حدث سياسى ، وتارة تدعوا إلى رفض موقف ما وتارة ثالثة توضح قضية أو تبين فكرة •

وقد كانت الموضوعات التى تنشرها الصحف موضوع المناقشات فى المدن والريف ووسط عامة الشعب المصرى •

وقد احتلت الصحافة مركزا تجمعت المسئولية من خلاله وصار الصحفيون متحدثين بلسان الحركة الوطنية وتزايدت أهمية الصحافة إذ ذاك ، وأكثر من هذا فقد كانت الصحافة مظهرا اجتماعيا للحركة الوطنية فى تلك الفترة •

وبلاحظ أن الصحافة فى تلك الفترة كانت قد استكملت أسباب النضج وأصبحت جديرة بأن تسمى صحافة رأى مهما اختلفت اتجاهاتها - ومن ثم فقد غلب على محرريها شعور عام بأن الصحافة أشد لزوما لمصر •

لكن الجدير بالتسجيل هنا أن الصحافة قد إنبعثت لتكون البؤرة التى يتشكل حولها العمل السياسى ثم تكونت حولها الأحزاب ، فالملحوظ فى هذا الصدد أن الزعامة والصحافة فى مصر فى أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين كانتا شيئا واحدا فى الحقيقة أى أن الزعيم هو الصحفي والصحفى هو الزعيم فى الوقت نفسه وأن الواجب المنوط بأحدهما هو الواجب نفسه المنوط بالآخر ، فعلى يوسف كان زعيما لحزب الإصلاح على المبادئ الدستورية وهو فى الوقت نفسه صاحب جريدة المؤيد ومحررها •

ومصطفى كامل زعيم الحزب الوطنى هو نفسه صاحب جريدة اللواء  
ومحررها، وأحمد لطفى السيد زعيم حزب الأمة - ورئيس تحرير لصحيفة الجريدة التى  
تنطق بلسان حزبه .

وعلى الرغم من أن هذه الظاهرة قد جاءت فريدة فى مصر وفى فترة هذا البحث  
بصفة خاصة إلا أنها ظاهرة مقبولة عقليا لأن كل مجموعة جمعتها وحدة الفكر والهدف  
استطاعت أن تكون لها لسان حال تمثل فى جريدة صدرت قبل أن يكون لتجمعهم صفة  
الإعلان والرسمية وعلى ذلك فكانت الظاهرة السابقة التى لم يألّفها العمل السياسى فى  
أى من دول العالم ، لكن الذى يستحق التسجيل هنا هو الدور القوى الذى لعبته  
الصحافة فى الحياة السياسية والاجتماعية بصورة ملحوظة .

# العلاقة بين شكل الصحيفة ومضمونها

## دراسة ميدانية على جمهور القراء والمخرجين الصحفيين

### بالجرائد اليومية تجاه الصفحة الأولى

اسم الباحث : فوزى عبد الغنى خلاف .

الدرجة العلمية : الماجستير .

اشراف : أ. / يحيى ابو بكر . أ. / منير حجاب . أ. / سعيد اسماعيل

---

#### مشكلة البحث :

تحدد مشكلة هذا البحث فى تحديد معالم العلاقة بين الشكل والمضمون فى الصحيفة باعتبار هذه العلاقة أحد أهم المشكلات التى يمكن أن تسقط الصحيفة ، وهى مشكلة تبحث فى جوهر وصميم الفن الصحفى ، ذلك انه اذا كانت المادة التحريرية تمثل النكهة التى تتميز بها صحيفة عن أخرى ، فان مظهر الصحيفة او تبيوغرافيتها أو طريقة توضيها فى التعبير الفنى، هى أيسر وسيلة يستطيع جمهور القراء عن طريقها التعرف على المنتج الذى يرغبون فى شرائه ، وهو يعد هنا بمثابة الغلاف الذى يتميز به أى منتج عن غيره من المنتجات المنافسة .

#### هدف البحث :

يهدف هذا البحث الى :

- ١ - التعرف على طبيعة العلاقة بين الشكل والمضمون فى الصحيفة وتحديد معالمها .
- ٢ - توضيح دور الاخراج والمخرج فى توافق الشكل والمضمون .

- ٣ - توضيح دور العناصر التيبوغرافية في التعبير عن المضمون .
- ٤ - توضيح تأثير التقدم التكنولوجى الطباعى فى الاخراج .
- ٥ - التعرف على أكثر أساليب الاخراج الصحفى تحقيقا لتوافق العلاقة بين الشكل والمضمون .
- ٦ - توضيح العوامل المتحكمة فى مدى توافق الشكل والمضمون .
- ٧ - التعرف على احتياجات الجمهور ونوعيته ومدى تأثير ذلك على الشكل والمضمون .
- ٨ - إيجاد الحلول المناسبة بهدف خلق توافق أفضل بين الشكل والمضمون فى الصفحة الواحدة .

#### فروض البحث :

- ١ - الصفحة الأولى أهم صفحات الجريدة على الإطلاق .
- ٢ - الصفحة الأولى أكثر الصفحات حاجة لتوافق الشكل مع المضمون .
- ٣ - الشكل والمضمون يتأثران بجمهور القراء .
- ٤ - الشكل والمضمون يتأثران سلبا بالاعلان التجارى .
- ٥ - المضمون يتأثر بالقدرة على التوظيف الصحيح للعناصر التيبوغرافية والتقدم التكنولوجى الطباعى فى التعبير عنه .
- ٦ - سياسة التحرير فى الصحف اليومية تلتزم بالسياسة العامة للدولة .
- ٧ - الشكل والمضمون يتأثران بسياسة الجريدة التحريرية .
- ٨ - الشكل والمضمون يتأثران بالاخراج والمخرج الصحفى .
- ٩ - القيم الخبرية تحدد الاساليب الاخراجية وليس العكس .
- ١٠ - وجود علاقة بين المتغيرات الآتية :
  - ( أ ) بين درجة التعليم والسن والجنس ونوع المضامين التى يفضل أن يطالعها القارئ وبين حجم الحروف والألوان والصور وانتظام قراءة الصحف .
  - ( ب ) بين المهنة وبين توقيت القراءة .

مناهج البحث وأدواته :

استخدم البحث المناهج والادوات الاتية :

١ - منهج المسح الاجتماعى .

٢ - منهج دراسة الحالة .

واستخدم الباحث الادوات التالية فى جمع البيانات :

١ - الملاحظة بالمشاركة بالنسبة لقراءة الجريدة ومدى الانفعال بالشكل والمضمون فى

الصحيفة وذلك بمعايشة الباحث لذلك ، بقرائنه اليومية للجرائد ومراقبة جمهور القراء

من المحيطين والتعرف على أوجه استحسانهم واستيائهم لذلك .

٢ - صحيفة استقصاء لجمهور قراء الصحف ، وتم تطبيقها على عينة عشوائية بنسبة

١٠ ٪ من مجتمع البحث .

٣ - صحيفة استقصاء للمخرجين الصحفيين بالجرائد اليومية ، ثم تطبيقها على المخرجين

الصحفيين ممن عملوا خمس سنوات فأكثر .

نتائج الدراسة :

ومن واقع النتائج الاحصائية والتحليلية لصحيفتى استقصاء جمهور القراء والمخرجين

الصحفيين بالجرائد اليومية الثلاث ( الاخبار - الاهرام - الجمهورية ) توصل الباحث الى

تحقيق فروضه ، وكانت أهم نتائج البحث كما يلى:

١ - أن الصفحة الأولى أهم صفحات الجريدة على الاطلاق .

٢ - الصفحة الأولى أكثر الصفحات حاجة لتوافق الشكل مع المضمون ، فقد استجابت

نسبة ٧٠ ٪ من اجمالى عينة القراء الى أن اتفاق الشكل مع المضمون فى الصفحة

الأولى ، هو الذى يلفت انتباههم .

٣ - الشكل والمضمون يتأثران بجمهور القراء ، فطلبة الجامعة وعماها يفضلون الاخبار

السياسية ، فالرياضية فالاقتصادية فالادبية فالحوادث فالفنية فالدينية ، بينما يفضل

الاساتذة والموظفون الاخبار السياسية أولا ثم الاقتصادية ، وكذلك تؤيد نسبة

٨٨ ٪ قراءة مقالا افتتاحيا بالصفة الأولى .

- وبالنسبة لتأثير عامل الشكل بجمهور القراء أثبتت الدراسة أنه :
- العنوان العريض الممتد بعرض الصفحة لم يعد ذا مغزى وذلك لكثرة استخدامه بدون مناسبة .
  - ان استخدام البواقي والزحيل للصفحات الأخرى ، أصبح مشكلة للمخرج نفسه كما تسبب الضيق للقراء بنسبة ٩٥ ٪ .
  - وانه كلما زادت الجريدة من استخدام الصور والرسوم زادت نسبة توزيعها .
  - ٤ - الشكل والمضمون يتأثران سلبا بالاعلان التجارى ، كما يلى :
  - فاستخدام عناصر تبوغرافية كثيرة واللجوء الى التصميمات غير المألوفة للاعلان، يقتل المادة التحريرية المجاورة .
  - كما أن استخدام الصور فى الاعلانات يؤدي الى الغاء أو تحريك الصور المجاورة لها فى المادة التحريرية .
- كما توصلت الدراسة الى وجود مجموعة من العلاقات الترابطية هي:
- ١ - كلما ارتفعت درجة التعليم كلما زادت درجة الاهتمام بالمحتوى على حساب الشكل والعكس صحيح .
  - ٢ - الذكور يهتمون بالمضمون أكثر من الشكل والاناث بالعكس .
  - ٣ - كلما اقرب السن من الشباب زاد الاهتمام بالموضوعات التى تهتم بالجسد كالرياضة كما أن ذلك يوضح ان الذكور نظرا لاختلافهم الجسمانى عن الاناث يفضلون النشاط الرياضى ( لتمييزه بالحركة ) بينما فضلن الاناث النشاط الاجتماعى .
  - ٤ - كلما زادت درجة التعليم كلما زادت الرغبة فى قراءة الخير بدون رأى الجريدة والعكس صحيح .
  - ٥ - كلما زادت درجة التعليم كلما قلت الرغبة فى القراءة بحروف كبيرة الحجم والعكس صحيح .

- ٦ - كلما زادت درجة التعليم فضل القراء اللون الاسود فى العناوين ، وكلما قلت درجة التعليم فضل القراء اللون الأحمر فى العناوين •
- ٧ - كلما انخفضت درجة التعليم زاد استخدام الصورة فى الصحف •
- ٨ - كلما صغر السن زاد استخدام الصورة والحروف الكبيرة فى الصحف •
- ٩ - كلما زادت درجة التعليم كلما زادت درجة قراءة الصحف بانتظام •
- ١٠ - الاساتذة والطلبة يقرأون الصحف فى الصباح •
- ١١ - الموظفون والعمال يقرأوها بعد الظهر عقب الخروج من العمل •
- ١٢ - الاناث يقرأن الصحف فى المساء ( موظفات ) •

#### أهم التوصيات :

- ١ - لم يعد المانشيت يحمل أهم الاخبار ، لذا نوصى بالاتجاه الى تعدد العناوين الرئيسية فى صدر الصفحة الأولى •
- ٢ - عند استخدام الالوان نوصى فى العناوين باستخدام اللون الاسود بصفة عامة وبليد اللون الأحمر ، ثم لون آخر يتكون من عمل تناسق بين لونين •
- ٣ - زيادة مساحة الاخبار السياسية ثم الاقتصادية ثم الرياضية فالاجتماعية فالحوادث ، مرتبة نفس الترتيب وأن تصدرها الاخبار المصرية ثم العالمية ثم العربية •
- ٤ - زيادة تدريب مصورى الصحف ، حتى يقدموا لنا صورا أكثر خبرية •
- ٥ - عدم اللجوء الى استخدام البواقى ، والزحيل الى الصفحات الداخلية الا فى حدود ضيقة جدا •
- ٦ - العمل على التجديد المستمر فى شكل الصفحة الأولى •
- ٧ - يجب تحديد مساحة ثابتة وأقل مما هى عليه الآن لاعلانات الصفحة الاولى •
- ٨ - ينبغى أن يتم الاخراج الصحفى وفقا لقيمة مضامينه الخبرية وليس العكس •
- ٩ - التوقف عن نشر صور كبار المسئولين التى تصاحب الاخبار الروتينية اليومية والتى تشغل حيزا دون مبرر والاهتمام بتحسين الطباعة والالوان •

- ١٠ - عدم التركيز على الاخبار الروتينية للقيادات ويفضل نشر قضية أو خبر أكثر أهمية حتى لو كان لمواطن عادي .
- ١١ - انشاء مركز دراسات لمعرفة اتجاهات ونوعية قراء الصحف بكل صحيفة .



# دور صحافة الاطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل المصرى

دراسة تحليلية لمضمون مجلتى ميكى وسمير  
ودراسة ميدانية على جمهور الاطفال وأولياء  
الأمر المعلمين بمدينة سوهاج

اسم الباحثة : سحر محمد وهبى .

الدرجة العلمية : ماجستير .

الإشراف : د/ يحيى أبو بكر . د/ عبد الوهاب كحيل . د/ بدرية شوقى

تاريخ المنح : ١٩٨٥ .

---

مشكلة الدراسة وأهدافها :

كانت مشكلة هذه الدراسة والتي ظلت محل اهتمام الباحثة منذ بداية التفكير فى القيام بهذه الدراسة وحتى لحظة التوصيات مرتبطة بالإجابة عن السؤال التالى:  
" ما هو المضمون الذى نحرص على تقديمه لأطفالنا من خلال صحافة الأطفال بصفة خاصة ؟ وإلى أى مدى يمكن اعتبار هذا المضمون انعكاسا لثقافة المجتمع المصرى ، ومعنى آخر إلى أى مدى تساهم صحافة الأطفال بما تقدم من مضمون فى تحقيق التنشئة الاجتماعية لأطفالنا ؟ " .

وتم بلورة هذه المشكلة فى مجموعة من الأهداف تسعى الدراسة الميدانية للتعرف عليها وهى :

- ١- التعرف على جمهور الأطفال القارئ لهذه المجلات ميكي وسمير .
- ٢- التعرف على اتجاهات الأطفال تجاه صحفهم الخاصة .
- ٣- التعرف على آراء الأطفال فى المضمون المقدم لهم .
- ٤- التعرف على آراء الأطفال فى شخصيات مجلات الأطفال .
- ٥- التعرف على آراء الآباء والمعلمين فى مضمون وشخصيات مجلات الأطفال .
- ٦- التعرف على آراء الآباء والمعلمين فى القيم الاجتماعية بمجلات الأطفال .
- ٧- التعرف على آراء الآباء والمعلمين فى دور صحافة الأطفال فى التنشئة الاجتماعية للطفل .

أما أهداف الدراسة التحليلية فكانت كالآتى:

- ١- الى أى مدى لمجحت مجلتى ميكي وسمير فى تقديم المعلومات التى تساعد على تحقيق التنشئة الاجتماعية السليمة للطفل المصرى ؟
- ٢- ما هى الأنماط المختلفة التى استخدمتها مجلتى ميكي وسمير فى تحرير المضمون الذى قدمناه . وإلى أى مدى استفادنا من الصور والرسوم ؟ وما هو المحتوى الثقافى للمادة المصورة بها ؟
- ٣- ما هى الخصائص المميزة للفئة التى استخدمتها ميكي وسمير وهل تتفق مع خصائص لغة الطفل فى هذا العمر وإلى أى مدى ساعدت على تحقيق التنشئة الاجتماعية السليمة للطفل؟
- ٤- ما هى الخصائص النفسية لشخصيات ميكي وسمير وما هى القيم التى عكستها هذه الشخصيات؟

- ٥- ما هي الأنماط المختلفة للعلاقات الاجتماعية السائدة بين شخصيات ميكي وسمير والتي على ضوئها يمكن تحديد طبيعة المجتمع الذي تعكسه هذه المجالات وخصائصه وتنظيماته والقيم السائدة فيه .
- ٦- ما هي الأساليب الفنية التي استخدمتها ميكي وسمير لتحقيق التنشئة الاجتماعية للطفل المصري .
- ٧- ما هي الأساليب المختلفة التي تساعد على نجاح صحافة الطفل في تحقيق التنشئة الاجتماعية المطلوبة للطفل المصري وبالتالي تلافى أوجه القصور في هذا المجال الهام

### المناهج المستخدمة وأدوات جمع البيانات :

- منهج المسح الميداني وذلك بالنسبة لعينة الأطفال والآباء والمعلمين .
- منهج المسح التحليلي لمضمون عينة عشوائية من مجلتى ميكي وسمير واستخدمت كأدوات لجمع البيانات استمارة الاستبيان - استمارة تحليل المضمون .

### نتائج الدراسة :

- ١- ان نسبة من يقرأون مجلات الاطفال من جملة عينة الدراسة تبلغ ٦٨,٨٪ ومن يقرأونها بصورة منتظمة لا تزيد عن ٢٨,٦٪ .
- ٢- من حيث مدى القراءة فان نسبة ٥٠٪ من العينة يقرأون موضوعات منتقاه بينما ٤٧٪ منهم يقرأونها كلها ، كما أن ٢٢٪ منهم يرون أن هناك موضوعات تنشرها المجلة ويمكن الاستغناء عنها لعدم أهميتها ، وترى نسبة ٢٥٪ أنه توجد موضوعات هامة لم تعرض لها مجلتهم المفضلة ويرغبون في قراءتها .
- ٣- تأتي مجلة ميكي وسمير في مقدمة المجالات التي يقرأها الأطفال .
- فيفضل مجلة ميكي ٢١,٤٪ وسمير ١٨,٤٪ وتأتي ميكي كمجلة مفضلة في رأى عينة الآباء لدى ٣٠٪ منهم ومجلة سمر في رأى ٢٢,٧٪ من عينة الآباء .
- ٤- لا يكفى الأطفال بقراءة مجلتهم وصحفهم فقط بل يقرأون الى جانب ذلك صحف ومجلات الكبار وذلك بنسبة ٥٩,٤٪ من جملة عينة الأطفال .

٥- أما عن الأسباب المختلفة التي تدعو الأطفال لقراءة مجلاتهم فكانت أهمها من وجهة نظر أطفال العينة ما يلي :

- ١- تساعدني على قضاء وقت فراغى .
- ٢- تعلمنى أشياء مفيدة .
- ٣- بها قصص مسلية وطريفة .
- ٤- تزودنى بمعلومات عامة .

أما من وجهة نظر الآباء والمعلمين فكانت أهم أسباب تشجيعهم لأطفالهم على قراءة صحافة الأطفال ما يلي:

- تنمية حصيلتهم اللغوية .
- تشجيعهم على القراءة .
- تزويدهم بمعلومات عامة .
- قضاء وقت فراغهم فى شىء مفيد .

٦- وبخصوص تدخل الآباء فى اختيار الصحف والمجلات التي يقرأها أطفالهم وجد أن

نسبة ٣١,٧٪ منهم يتدخلون فى الاختيار بينما ٢٠٪ يشترطون لأبناءهم هذه المجلات ونسبة ٢٣,٣٪ يشاركون أبنائهم فى قراءة مجلاتهم ، بينما يقوم بالشرح والتعليق على مضمون هذه المجلات ٧٠٪ من جملة أفراد عينة الآباء .

\* أما عن شخصيات مجلات الأطفال ودورها كقدوة لهم نجد أن ٤٥,٣٪ من عينة الأطفال يعجبون بشخصيات أعجبتهم الى درجة التقليد .

وان نسبة من يقلدها ليكون مثلها تبلغ ٥٨,٥٪ بينما ٤١,٥٥٪ يقلدونها ليكون افضل منها .

\* وعن مدى مساعدة مجلات الأطفال لأفراد العينة فى استيعاب المواد الدراسية نجد أن ٦٨٪ تساعدهم مجلاتهم فى فهم واستيعاب موادهم الدراسية وجاءت فى استطلاع الآباء نسبة قريبة من ذلك حيث يرى ٦٣٪ منهم أنها تساعد أبنائهم على فهم واستيعاب المواد الدراسية .

وبمقارنة هذه النتائج بما توصلت اليه الدراسة التحليلية نخلص الى ان نسبة مساحة المعلومات العامة ٤٪ في مجلة ميكي و ١٤٪ من مساحة مجلة سمير وقدمت فيها معلومات ثقافية وتاريخية وعلمية ودينية وفنية ورياضية وصحية .

أما بالنسبة للغة العامة المستخدمة في مجلات الاطفال فقد اعرض ٧١,٦٪ من الآباء عليها ، وعلى الرغم من ذلك فان ميكي تستخدم اللغة العامية في ٥٢٪ من جملة المساحة المقروء بها ، بينما مجلة سمير تستخدم العامية في ١٠٪ فقط من جملة المساحة المقروء بها .

يوافق ٥٥,٥٪ من جملة عينة الأطفال على أن مجلات الطفل تقدم لهم معلومات تتناقض مع ما يتعلمونه في المدرسة والبيت ، ولذلك فان نسبة ٦٣,٣٪ من جملة عينة الآباء تقوم بتصحيح معلومات خاطئة لأبنائهم يحصلون عليها من صحافة الأطفال.

## أهم التوصيات :

١. ضرورة تحديد الأهداف التي تسعى صحف ومجلات الطفل لتحقيقها
٢. أن تتفق هذه الاهداف مع متطلبات البيئة المحلية من حيث ما تتميز به من خصائص ثقافية واجتماعية .
٣. ان المضمون الذي تعكسه الصور والرسوم في صحافة الاطفال لا يقل أهمية عن المضمون الذي تعكسه القيم والافكار في صحافة الأطفال ، ولذلك يجب أن يتجه المضمون الى تأصيل القيم الإسلامية في الأجيال الناشئة حماية لمستقبلهم .
٤. يجب ان تحرص صحافة الطفل على وقاية الأجيال الناشئة من ظواهر الغزو الثقافي والفكرى في أشكاله وانواعه المختلفة .

٥. ان صور العلاقات الاجتماعية التى تعكسها الشخصيات التى تقدمها مجالات الاطفال يجب ان تتفق مع أنماط العلاقات الاجتماعية الإسلامية وبالصورة التى تحقق روابط الحب والوفاء والتآلف بين أفراد الأمة الإسلامية.

٦. يجب ان تقلل صحافة الطفل من أنماط العلاقات العدوانية بين شخصياتها .

٧. على صحافة الطفل ان تركز على الدوافع التى تتفق مع طبيعة المجتمعات الإسلامية .

٨. على صحافة الطفل ان تتجنب استخدام اللغة العامية وان تستخدم العربية المبسطة المستخدة فى كتب القراءة المدرسية .

٩. إنشاء شعبة لإعلام الطفل بأقسام الإعلام القائمة وتلريس مادة صحافة الطفل بها .

١٠. ترسيخ القيم الجديدة التى لاتعارض مع قيمنا ومعتقداتنا وتتفق فى الوقت نفسه مع واقع العالم المعاصر .

١١. تشجيع المؤلفين والرسامين والفنيين على انتاج الموضوعات الصالحة لصحافة الطفل على الا يكون هذا الانتاج تقليدا للانتاج الغربى بل انعكاسا لواقع المجتمع ومنسجما مع تاريخه الحضارى .

# دور الاتصال الشخصي فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى دراسة ميدانية على إحدى قرى محافظة سوهاج

اسم الباحث : محمود أحمد عبد الغنى .

الدرجة العلمية : الماجستير .

أ. يحيى أبو بكر .

إشراف : د.أ/ محمد منير حجاب .

تاريخ المنح : ١٩٨٥ .

---

## مشكلة الدراسة :

لما كانت معظم الخطط والبرامج التنموية فى كثير من الدول النامية لم يحالفها التوفيق لأنها لم تأخذ فى اعتبارها عاملا هاما وعنصرا حاسما يمكن أن يؤدى إلى نجاح أو فشل هذه الخطط والبرامج ، وهو الاتصال الشخصى .

ولما كانت معظم النتائج التى توصلت إليها جميع الدراسات والبحوث التى أجريت فى مجال الاتصال والتنمية تؤكد على أهمية عامل الاتصال الشخصى فى تحقيق التنمية ، لهذا فإن مشكلة هذه الدراسة تنحصر فى محاولة لتحديد الدور الحقيقى الذى يقوم به الاتصال الشخصى فى مجال التنمية الاجتماعية فى المجتمع المحلى .

## أهداف الدراسة :

وقد تم بلورة هذه المشكلة في مجموعة من التساؤلات هي :

- ١- من هم القائمون بالاتصال الشخصي في القرية ؟
- ٢- ما هي صفات القائمين بالاتصال الشخصي في القرية ؟
- ٣- ما هو أثر هذه الصفات على درجة تقبل الناس لأفكارهم التي تساعد على تحقيق التنمية الاجتماعية في القرية ؟
- ٤- ما هي الأماكن التي يتم فيها الاتصال الشخصي بنجاح في القرية ؟
- ٥- هل ينجح الاتصال الشخصي في التعريف بالخدمات الاجتماعية التي تساعد على النهوض بالقرية عن وسائل الاتصال الجماهيري ؟
- ٦- هل تحقق وسائل الإعلام في نشر المعلومات الاجتماعية إذا لم تتبع بوسائل الاتصال الشخصي ؟
- ٧- ما هي درجة الثقة التي يوليها الأهالي للقائمين بالاتصال الشخصي الذين يتصفون بالتدين في القرين ؟ وما هو أثر ذلك على سرعة تقبل الناس لأفكارهم ؟

## خطة الدراسة :

الباب الأول : الإطار النظري للدراسة : ويتضمن ستة فصول ، يتناول الفصل الأول الاتصال الشخصي ، ويتحدث عن الأسباب التي تدفع إلى الاهتمام بالاتصال الشخصي في المجتمعات النامية ، ونماذج الاتصال الشخصي ، والعوامل التي تؤثر على فاعلية ونجاح عملية الاتصال الشخصي ، والفرق بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري .

ويتناول الفصل الثاني : المجتمع الريفي والتنمية الاجتماعية ، ويتحدث عن خصائص المجتمع الريفي ، ودافع الاهتمام بالتنمية الاجتماعية في المجتمع الريفي ، والمشاركة الشعبية والتنمية ، وعلاقة التنمية الاجتماعية بالتنمية الاقتصادية ، ومعوقات التنمية الاجتماعية .

ويتناول الفصل الثالث : أشكال الاتصال الشخصي ، التي يمكن الاستعانة بها في إحداث التنمية الاجتماعية في المجتمع الريفي . كما يتناول الفصول الرابع : قادة الرأي كقائمين



بالاتصال الشخصى ، ويتحدث عن السمات المميزة لقادة الرأى ودور قادة الرأى فى التنمية وتدريب القادة وأهمية استعانة قادة الرأى بعامل الدين ، ويتناول الفصل الخامس : التكامل بين الاتصال الشخصى والاتصال الجماهيرى • ويتناول الفصل السادس : الدراسات السابقة ، وفى هذه الفصل تم عرض أهم الدراسات السابقة إلى لها صلة بموضوع الدراسة •

الباب الثانى : ويشمل الدراسة الميدانية ، ويحتوى على ثلاثة فصول . الفصل السابع : اجراءات الدراسة الميدانية • الفصل الثامن : العرض الجدولى لصحيفة الاستبيان ، وتقرير عن القائمين بالاتصال الشخصى فى قرية البحث • الفصل التاسع : النتائج والتوصيات •

### منهج البحث وأدواته :

تعد هذه الدراسة فى الدراسة الوصفية وتستخدم منهج المسح الميدانى أفضل المناهج التى تساعد على تحديد اهداف هذه الدراسة •

أما بالنسبة لأداة جمع البيانات فقد أملت طبيعة هذه الدراسة على الباحث استخدام أسلوب المقابلة ،

### عينة الدراسة :

تم اختيار عينة الدراسة من " أرباب الاسر " من قرية الطوايل الغربية مركز ساقلته التى يبلغ عددها ١٢٠٠ أسرة تقريبا على أساس عشوائى من واقع كشوف الانتخابات ، بعد استبعاد الأفراد الذين لايعلمون من أرباب الاسر ، وحيث تم ذلك بواسطة عدد من الإخباريين الذين يعرفون القرية جيدا ، وقد اخترنا شخصا من كل ستة أشخاص ، وبالتالى فإن العينة العشوائية قد تكونت بنسبة ١٧٪ تقريبا •

### نتائج الدراسة :

وكانت من أهم النتائج التى توصلت إليها الدراسة هى :

١- الأشخاص الأكثر اتصالا بغيرهم فى مجتمع القرية تختلف مقدرتهم الاتصالية بغيرهم باختلاف الموضوع أو الغرض الذى يتم من أجله الاتصال •

٢- إن معظم أفراد عينة الدراسة لا يعتمدون على أنفسهم في حل المشكلات التي تواجههم، بل يتصلون بالآخرين من أجل حلها ، وإن أهم هذه المشكلات التي تشغل اهتمام معظم أفراد القرية مشكلات متعلقة بالأرض والزراع ، وعلى ذلك فإن الشخص الذي يلجأ إليه القرويون لأخذ رأيه في مشكلات الزراعة يعتبر من أهم القائمين بالاتصال الشخصي في القرية .

٣- أما عن الاسباب التي تجعل أفراد عينة الدراسة يتصلون بشخص معين من أجل اخذ رأيه في موضوعات تتعلق بأعمالهم فكانت بالترتيب التالي أهميتها لهم :

١- الثقة                      ٢- الخبرة                      ٣- عامل القرابة

٤- عدم الإخراج في الاستفسار منه عن أى شئ

٥- عامل الصداقة                      ٦- الجيرة

٤- إن خطبة الجمعة كإحدى وسائل الاتصال الشخصي الموجود بالقرية تؤدي دورا هاما وفعالا في تحقيق التنمية ، وذلك من خلال ما تقدمه من مبادئ وقيم إسلامية تساعد على تحقيق التنمية ، ويمكن أن يزداد هذا الدور أهمية إذا أخذت على عاتقها مداومة نشر الوعي الاجتماعي والأفكار الإسلامية ، التي تساعد على النهوض بالقرية خاصة وأن صلاة الجمعة يواظب عليها جميع أفراد القرية تقريبا .

٥- إن الاتصال الشخصي أكثر قدرة من الاتصال الجماهيري في تعريف الأهالي بالمشروعات التي تساعد على النهوض بالقرية إذ كانت نسبة من أجابوا بأن مصدرهم في المعرفة هو الاتصال الشخصي ١٠٠٪ من أجمالي الذين أجابوا بأن هناك مشروعات أقيمت في القرية .

٦- إن وسائل الاعلام تزود وتمد الاتصال الشخصي بالموضوعات التي تخدم اغراض التنمية .

٧- إن درجة استفادة الاهالي من المعلومات التي تخدم اغراض التنمية والتي تنشرها وسائل الاعلام الى حد كبير على مدى متابعة وسائل الاتصال الشخصي ( مثل المناقشة ) لهذه الموضوعات .

- ٨- ان أهم الاماكن التى يتم فيها مناقشة ما تطرحة وسائل الإعلام من معلومات أو موضوعات تخدم أغراض التنمية يمكن ترتيبها حسب أهميتها كالآتى:
- |            |          |           |
|------------|----------|-----------|
| ١- المنبرة | ٢- البيت | ٣- المقهى |
| ٤- المسجد  | ٥- الحقل |           |

### التوصيات :

- ١- عمل دراسات مستمرة لمعرفة الأشخاص الأكثر اتصالا وتأثيرا فى المجتمع الريفى للتعرف على هؤلاء الأشخاص ، باعتبارهم عناصر فعالة لإحداث التنمية الاجتماعية فى المجتمعات المحلية ، وبالتالى إقامة دورات تدريبية لتثقيفهم وتوعيتهم بأهمية دورهم فى النهوض بالمجتمع .
- ٢- توجيه الاهتمام والعناية بالقيادات الدينية وكيفية اعداد وتدريب هذه القيادات على تنمية مجتمعاتهم نظرا لما يتمتع به هؤلاء القادة كقائمين بالاتصال الشخصى فى القرية من قوة التأثير فى نفوس الأهالى من خلال الدروس الدينية بالمساجد ، ومن خلال خطبة الجمعة التى يحرص عليها أفراد المجتمع الريفى .
- ٣- توجيه الاهتمام إلى الجمعية الزراعية والوحدة الصحية والمسجد كمؤسسات للاتصال الشخصى موجودة بالقرية يمكن أن تقوم بدور هام فى نشر التوعية اللازمة التى تساعد على دفع عجلة التنمية إلى الامام .
- ٤- توجيه الاهتمام إلى قوافل الثقافة كإحدى أجهزة الاتصال الشخصى التى يمكن أن تقوم بدور هام فى نشر الوعى والإرشاد الاجتماعى الذى يخدم أغراض التنمية الاجتماعية .
- ٥- يجب أن يكون هناك تخطيط وتكامل بين القائمين على الاتصال الشخصى فى المجتمع الريفى ، وبينهم وبين أجهزة الاتصال الجماهيرى فى تناول الموضوعات التى تخدم التنمية فى المجتمع الريفى ، حتى لا يكون المستقبل فى تلك المجتمعات المحلية فريسة للتناقض بين ما يتلقاه من رسائل عن أجهزة الاتصال الجماهيرى ، وما يستمع اليه المسئولون عن الاتصال الشخصى .

- ٦- الاهتمام بدور المشرف الزراعى والطبيب كقائمين بالاتصال الشخصى فى المجتمع الريفى والعمل على تدريبهم وتوعيتهم بأهمية دورهم فى تنمية المجتمع الريفى .
- ٧- يجب أن يهتم العاملون فى تنمية المجتمعات المحلية بأماكن تجمعات أفراد المجتمع الريفى لمناقشة الموضوعات التى تخدم أغراض التنمية والتى تنشرها وسائل الإعلام .
- ٨- يوصى الباحث بتدريس مادة الاتصال الشخصى وتنمية المجتمعات المحلية بأقسام الإعلام والاجتماع المنتشرة فى الجامعات المصرية ، لتعريف الطلاب بأهمية الدور الذى يمكن أن يقوموا به فى تنمية مجتمعاتهم الريفية أو الحضرية .

# على أمين صحفيا

## دراسة فنية وتاريخية

١٩٣٠ - ١٩٧٦

اسم الباحث : عبد الله محمد زلطة .

الدرجة العلمية : الماجستير .

أ.د/ محمد منير حجاب .

أشرف : أ.د/ ابراهيم إمام .

سنة المنح : ١٩٨٥ م .

### مشكلة البحث وأهدافه :

يجمع الباحثون والمتخصصون في مجال الدراسات الإعلامية ، على أن دراسة تاريخ الصحافة ، تعد على جانب كبير من الأهمية ، إذ تتيح فرصة التعرف على بعض الجوانب الخفية في هذا المجال كما أنها تفيد في استخلاص الدروس والعظات ، التي يساهم الوقوف عليها في دفع عجلة مهنة الصحافة إلى الأمام وذلك بتلافي الأخطاء وأوجه القصور التي وقعت في الماضي ، والاستفادة مما أنجزه رواد الصحافة الأوائل وتقييم أدوارهم التي لعبوها عبر سنوات طويلة . ولاشك أن التقييم النهائي لأي شخصية هامة ، سواء في مجال الصحافة ، أو في غيرها من المجالات ، يقاس بما أنجزه صاحب هذه الشخصية ، وما تركه وخلفه لوطنه وللأجيال التالية من بعده .

وانطلاقاً من هذا المفهوم ، اتجه الباحث إلى دراسة تاريخ الصحافة المصرية من خلال شخصية لعبت دوراً ملموساً ، وتركت آثاراً واضحة على مهنة الصحافة ، وهى شخصية على أمين واستتم دراستها خلال الفترة من ١٩٣٠ حتى ١٩٧٦ م ، وذلك لمجموعة من الأسباب أهمها أن هناك إجماعاً بين المفكرين وكبار الكتاب والصحفيين فى مصر والعالم العربى، على أن على أمين واحداً من جيل الصحفيين الرواد الذين صنعوا التقدم الحديث لمهنة الصحافة العربية ، وأنه صاحب مدرسة صحفية متكاملة ، لها ما لها ، وعليها ما عليها، وقد صنع على أمين هذه المدرسة الصحفية ، بالاشتراك مع شقيقة التوأم مصطفى أمين ، فزكت آثاراً واضحة فى الصحافة المصرية والعربية ، أبرزها هذا الكم من الصحفيين المخرفين الذين تربعوا على عرش الصحافة فترات طويلة ولا يزال العديد من تلاميذ على أمين ، يطبق نفس أسس ومبادئ المدرسة التى أرساها منذ حوالى أربعين عاماً .

### المناهج المستخدمة فى البحث :

وبالنسبة للمناهج المستخدمة ، فقد ركزت الدراسة على الاستعانة بمجموعة من المناهج العلمية ، وهى :

أولاً : المنهج التاريخى :

حيث حتم استخدامه ضرورة التعرض لأحداث ووقائع سياسية واجتماعية واقتصادية ، بالإضافة إلى بعض الجوانب المتعلقة بتاريخ الفن الصحفى وتكنيكه عبر فترات زمنية متلاحقة .

ثانياً : منهج دراسة الحالة :

واستخدام هذا المنهج يساعد الباحث على التعمق فى جذور الشخصية فى مختلف مراحلها والتحليل النفسى والاجتماعى للأدوار التى لعبتها الوراثة والبيئة ، وبخاصة فى المراحل الأولى من حياة الانسان .

ثالثاً : المنهج المقارن :

وذلك لتحليل آرائه ومواقفه فى صحف أخبار اليوم ، من بعض القضايا ، مقارنة بآراء ومواقف بعض الصحف الأخرى من نفس القضايا ، وأيضا مقارنة آراء ومواقف على أمين وصحف أخبار اليوم خلال بعض الفترات الزمنية ، وبيان ما بها من انسجام أو تناقض .

رابعا : تحليل المضمون :

وقد استخدم هذا المنهج فى تحليل مضمون العديد من المقالات والأعمدة التى كتبها على أمين ، لتوضيح مواقفه من بعض القضايا والموضوعات ، وللوقوف على بعض مفاتيح شخصيته خاصة ما يتعلق منها بالجانب الفكرى .

## أبواب وفصول البحث :

وفيما يتعلق بالأبواب والفصول ، فقد تم تقسيم البحث إلى ثلاثة أبواب وتعرض الأول منها لمناقشة النشأة الأولى لعلى أمين وتكوين شخصيته الصحفية . وتناول الباب الثانى : أشهر المعارك الصحفية التى خاضها على أمين مع حزب الوفد ومع القصر الملكى ومع ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ . وفى الباب الثالث عرض لمفاتيح شخصية على أمين وللأسس والملامح الفنية لمدرسة على أمين الصحفية . وللآثار التى تركها على أمين فى الصحافة المصرية والعربية .

## أهم النتائج :

وقد انتهت الدراسة إلى نتائج عديدة ويمكن حصر أهمها فيما يلى :

١ إن دراسة تاريخ الصحافة المصرية من خلال دراسة تاريخ بعض الشخصيات الصحفية التى لعبت دورا ملموسا ، تعد على جانب كبير من الأهمية للدارسين والباحثين فى مجال الصحافة .

٢ إن على أمين يعد أحد رواد المدرسة الصحفية الحديثة في مصر والعالم العربي ، وخاصة في ميادين استقاء الأخبار والاهتمام بها وإخراج الجرائد والمجلات ، كما أنه أولى اهتماما كبيرا للإدارة الصحفية وأسندها إلى خبرائها .

٣ إن على أمين كان من أهم رواد الصحافة في مجال تطوير اللغة العربية للفن الصحفي بطريقة تقرب كثيرا من لغة المحادثة ، مما أضفى الحيوية على فن الصحافة ، واستمر أثره حتى يومنا هذا .

٤ إن على أمين استفاد فائدة كبيرة من اطلاعه على الصحف الأجنبية ، وخاصة البريطانية والفرنسية والأمريكية . . وبدأ ذلك واضحا في شكل وإخراج الصحف التي أصدرها .

٥ تبين للباحث أثر الثقافة الهندسية التي تلقاها على أمين في بريطانيا ، على اهتمامه الشديد بفن الطباعة ومتابعة التطور التكنولوجي في مجال آلات الطباعة ، وما يطرأ عليها من تحسين وتطوير .

٦ تجاوزت مدرسة على أمين حدود عصره إلى تلاميذه الذين تلقوا أصول الفن الصحفي على يده ، وقادوا مسيرة الصحافة من بعده .

٧ اتضح للباحث من خلال دراسته لشخصية على أمين الصحفية أن نظام الملكية الفردية للصحافة ونظام ملكية الدولة لا يؤدي الغرض المطلوب من إصدار الصحف وتحقيق الغايات السامية للإعلام الصحفي .

٨ إن الصحافة المصرية تمتعت بالحرية بنسبة لا بأس بها ، خلال السنوات السابقة على ثورة يوليو عام ١٩٥٢ ، ولولا هذه الحرية ، ولولا القضايا التي فجرتها بعض الصحف ، ومن بينها صحف أخبار اليوم ، في تلك الفترة ، لربما تأخر قيام الثورة .

٩ إنه في ظل ثورة يوليو ، حدثت تحولات هائلة وإنجازات كبيرة في عديد من المجالات ، أما في مجال الصحافة فقد انتكست هذه المهنة انتكاسا واضحا ، حيث غابت



الديمقراطية الحقيقية وحرية الرأى باعتراف جميع المفكرين والكتاب الذين عاشوا فى خضم تلك الفترة .

١٠ ان شعور الصحفيين بأنهم مجرد موظفين فى صحف تخضع لسيطرة الحكومة يصيبهم بالتقاعس ويقتل فى نفوسهم روح المغامرة والمبادرة والابتكار .

١١ و توفر مناخ الحرية الملائم للمؤسسات العامة والدستورية والصحفية قبل سنة ١٩٦٧ لربما تفادت مصر الوقوع فى تلك الهزيمة المروعة .

١٢ أنه لا سبيل لتقدم أى مجتمع ، إلا بوجود صحافة حرة تعبر عن الرأى والرأى الآخر ، ووجود الديمقراطية بمفهومها العلمى الصحيح فى نفس الوقت .

١٣ ان هناك عشرات بل مئات الأفكار التى خطتها أقلام مصرية ، كان يمكن أن تفيد المجتمع المصرى وتعود عليه بالنفع ، لو أن القيادة السياسية وجميع المسئولين فى مختلف القطاعات اهتموا بها ، فظلت حبرا على ورق .

## التوصيات :

وهناك مجموعة من التوصيات التى تفيد فى الارتقاء بمهنة الصحافة ويقدمها الباحث على الوجه التالى :

١. إنشاء مركز للدراسات والأبحاث الصحفية ، يتبع نقابة الصحفيين فى مصر ، ويضم المتخصصين فى دراسة تاريخ الصحافة لإعداد دراسات علمية مقننة فى مجال تاريخ الصحافة المصرية .

٢. يوصى الباحث نقابة الصحفيين فى مصر ، بأن تضم إلى عضويتها حملة الماجستير والدكتوراه المتخصصين فى تاريخ وفنون الصحافة .

٣. يوصى الباحث جميع المهتمين بشئون الصحافة المصرية بالبدء فى وضع معايير مقننة لأوضاع الصحافة المصرية وملكيته .

٤. الأخذ بنظام تعليق الصحف للمساهمين من أفراد الشعب والعاملين فى المؤسسات الصحفية بحيث لايزد سعر السهم الواحد عن عشرة جنيهات ولا يزيد عدد الاسهم المملوكة لفرد واحد عن ألف سهم . ويمكن تغير هذه النسبة مستقبلا حسب الظروف الاقتصادية للمجتمع .

٥. يوصى الباحث ( جمعية على أمين ومصطفى أمين للصحافة ) بإصدار جريدة (آخر لحظة) التى كان يأمل على أمين قبل وفاته ، فى إصدارها على أن تكون نموذجا للصحيفة المستقلة التى تقدم الفن الصحفى بعناصره وأبعاده المختلفة .

# الخبر فى القرآن الكريم

اسم الباحث : أحمد حسين محمددين .

الدرجة العلمية : الماجستير .

الإشراف : د/أ/ الحسينى أبو فرحة .

دكتور/ عبد الوهاب كحيل .

سنة المنح : ١٩٨٧ .

## مشكلة الدراسة :

تتصل مشكلة هذه الدراسة بجانب من الجوانب الإعلامية ذات الصلة الوثيقة بالقرآن الكريم والذي حفلت به آياته وسوره الكريمة ، وهو فن الخبر الإعلامى اللبنة الأولى فى بناء الصحافة والفن الأول الذى تركز عليه معظم الفنون الصحفية الأخرى وذلك بقصد إبراز جانب من جوانب عظمة القرآن الكريم وتقرير أسبقيته فى تقنين أسس الممارسة الإعلامية الصحيحة .

## أهداف الدراسة :

يهدف البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية :

- ١- هل يختلف مفهوم الخبر الإعلامى فى القرآن الكريم عن مفهومه لدى رجال الإعلام فى العصر الحديث ؟
- ٢- هل حدد القرآن الكريم قواعد وأحكام ومعايير يجب اتباعها عند صياغة الخبر الإعلامى؟

٣- ما مدى التوافق والاختلاف بين المعايير التى جاء بها القرآن والمعايير التى وضعها رجال الإعلام فى العصر الحديث ؟

٤- هل يمكن ممارسة الخبر الإعلامى ( الحصول عليه • وتقرير أهميته • وصياغته ) بصورة أفضل من التى تتم فى وسائل الإعلام حاليا وبناءا على دراسة الخبر فى القرآن الكريم •

### خطة الدراسة :

تكون هذه الدراسة من خمسة فصول ، حرصت على أن تجمع فى تقسيماتها الداخلية بين النظرية والتطبيق ، كما توخيت أن تكون متابعة تتابعا منطقيا •

فقد اشتمل الفصل الأول على تمهيد يوضح أهمية القرآن الكريم وفضله وتناول أيضا معنى الخبر فى اللغة ومعناه عند علماء مصطلح الحديث ، ولدى علماء البلاغة •

وتناول الفصل الثانى توضيحا لأهمية الخبر الإعلامى فى العصر الحديث ، ثم عرض لأهمية الخبر فى القرآن الكريم فى المهددين المكى والمدنى • وتعرض فى الفصل الثالث لأهم القواعد التى وضعها رجال الإعلام المعاصر عند صياغة الخبر ، كما تناول عرضا لأهم الأسس التى وضعها القرآن عند صياغة الخبر وتشمل هذه الأسس : دقة اختيار الألفاظ ولياقتها ، ووضوحها ، وموضوعيتها ، ثم صياغة الخبر فى جمل قصيرة ، وبألفاظ مألوفة • وتعرض أيضا لعرض القوالب الفنية لصياغة الخبر فى القرآن الكريم والتى تمثلت فى قالب الهرم المقلوب وقالب الهرم المعتدل • وتناول الفصل الرابع معايير الحكم على الخبر فى القرآن الكريم والتى تمثلت فى المعايير الأخلاقية التى اشتملت على عناصر : الصدق ، والدقة ، والخبرة الموضوعية ، ثم المعايير الزمنية ، والتى تناول عناصر : الآنية وعنصر الاثر الزمنى المستمر ، ثم المعايير الصحفية والفنية والتى تناولت عناصر الأهمية والغرابة ، ثم القرب أو المحلية • ثم عرض لأهم المعايير الإنسانية وتدور حول عناصر الشهرة والعنصر الإنسانى .

وفى الفصل الخامس والأخير تم عرض ضوابط الخبر فى القرآن الكريم وتم تحديدها فى القائم بيث الخبر ، وتناول صفاته والضوابط التى تحكم عمله ، ثم من حيث مضمون الخبر وطريقة صياغته ثم من حيث الجمهور ثم من حيث الآثار المترتبة على الخبر ، وشمل هذا الفصل مقارنة بين معايير الخبر فى الإعلام المعاصر وبين معايير الخبر فى القرآن الكريم ، ثم عرض أيضا هذا الفصل النتائج التى توصل إليها الباحث من خلال البحث ثم عرض لبعض التوصيات .

## النتائج :

- ١- أن القرآن الكريم جاءت آياته وسوره تحمل أخبارا من الله سبحانه وتعالى إلى أهل الأرض جميعا ، وقد جاءت هذه الأخبار مشتملة على المقاييس والمواصفات الرامية، مما يؤدى إلى نتيجة حتمية هى أن القرآن الكريم سبق رجال الإعلام فى الاهتمام بالخبر ، وفى وضع الشروط والمواصفات للخبر ، وأن ما وضعه رجال الإعلام من مقاييس وشروط مستمد أساسا من القرآن الكريم .
- ٢- أن القرآن الكريم قد ارتبط منذ أول وهلة فجعل أمره وحيا ، أى خبرا ينزل به جبريل عليه السلام عن ربه سبحانه وتعالى على قلب نبيه المصطفى صلى الله عليه وسلم وقد اتخذ هذا الارتباط شكلا اصطلاح على تسميته فيما بعد أى لدى النظريات الإعلامية الحديثة " بالعملية الإعلامية " التى تقوم على ركائز أربعة هى: المرسل والرسالة والمستقبل ووسيلة نقل الرسالة التى ينضوى تحت مسماتها كافة أجهزة الاعلام الحديثة ووسائلها من راديو وتلفزيون ووكالات أنباء وسينما ومسرح وصحف ومجلات وكتب وغيرها .
- ٣- أن للخبر فى القرآن أهمية قصوى سواء فى العهد المكي أو العهد المدني ، وفى العهد المكي اتضحت أهمية الخبر القرآنى فى :
  - أ - إعلام الرسول صلى الله عليه وسلم بالأحداث أولا بأول .
  - ب - إجابة السائلين على أسئلتهم .

- ج- تثبيت النبی صلی اللہ علیہ وسلم •  
د - لفت أنظار المسلمین إلى اغلاطهم وردهم إلى الصواب •  
هـ- فی الإعجاز  
٤- اشتمل القرآن الکریم على القصص الإخبارية وتکاد تكون کل القصص القرآنية قصص إخبارية •  
٥- أن القرآن الکریم جاء بالشروط والمواصفات التي يجب أن تتوفر فی القائم بأداء الخبر - المخبر الصحفي - كما حدد له طريقة عمله وواجباته •  
٦- أوجب القرآن الکریم على الجمهور المتلقى للخبر مسئولية التبين والتثبت من الخبر ومن راوى الخبر ، ورد الخبر إلى أولى الأمر قبل إذاعته ، وأوجب أن لا يتبعوا أى خبر الا بعد أن يعلموا یقینا حقیقته ، كما أوجب علیهم كذلك تدبر مضمون الخبر قبل أن يتداولوه فيما بينهم •

### التوصيات :

- ١- على رجال الإعلام فی الدول الإسلامية أن يستمدوا أصوله ونظریاته من خلال آیات وسور القرآن الکریم فهو زاهر بالأحكام والتعالیم الشاملة لكل مجالات الحياة وخاصة أصول وفنون الإعلام •  
٢- يجب على رجال الإعلام فی البلاد الإسلامية أن یوضحوا أهمية التعالیم التي جاء بها القرآن وخاصة فی مجال الإعلام ویینوا مدى صلاحية هذه التعالیم لكل عصر •  
٣- على الحكومات الإسلامية أن تنشئ مزيدا من المؤسسات الإعلامية ، كوكالات الأنباء القارية والإقليمية ، حتى یمكننا أن نتعامل مع الأخبار التي تعیننا تعاملنا مباشرا لا عن طریق الوسائط الأخرى من وكالات أنباء أجنبية وغيرها ممن یلونون الأخبار بالوانهم ویدسون فی الأخبار ما یشکكون به المسلمین فی معتقداتهم وأصول دینهم •

- ٤- ضرورة الالتزام بكافة المعايير والضوابط التي جاء بها القرآن الكريم في مجال تناول الخبر .
- ٥- إنشاء مجلة إسلامية بطباعة حديثة بها أخبار ومقالات شارحة للإسلام الحنيف ومبادئه القويمة ، وبها أبواب متخصصة .
- ٦- إنشاء محطة تليفزيون إسلامية في الدول الكبرى تذيع باللغات الأجنبية أصول التعاليم الإسلامية .
- ٧- يجب أن تعمل الحكومات في الدول الإسلامية على إنشاء كليات إعلام إسلامية ، يدرس فيها الإسلام ، وكذلك الإعلام الإسلامي والنظريات الإعلامية المختلفة ، والعلوم السياسية والمذاهب المعاصرة والدراسة المقارنة للأديان .
- ٨- يجب أن يقوم على أجهزة الإعلام في الدول الإسلامية رجال تتوفر فيهم الصفات والشروط التي حددتها تعاليم القرآن والسنة .

# مشكلات الصحف الإقليمية في مصر

دراسة ميدانية

على صحف إقليم جنوب الصعيد

اسم الباحث : عماد الدين عثمان أبو زيد .

الدرجة العلمية : ماجستير .

إشراف : د. / فوزيه فهم حسن . د. / عبد الوهاب كحيل .

سنة المنح : ١٩٨٧ .

---

## مشكلة الدراسة :

تتضمن مشكلة هذه الدراسة في تحديد أهم المشكلات التي تواجه الصحف الإقليمية في مصر وبصفة خاصة في إقليم جنوب الصعيد ، وتوضيح إلى أي مدى يمكن أن تعوق هذه المشكلات الوظيفة التي يجب أن تؤديها الصحف الإقليمية ، في محاولة الوصول إلى بعض المقترحات من أجل حل هذه المشكلات .

## أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد :

- ١- أهم الوظائف التي من الممكن أن تؤديها الصحيفة الإقليمية .
- ٢- أهم العقبات والمشكلات التي تواجه المحرر في الصحيفة الإقليمية .
- ٣- أهم المشكلات التي تتعلق بتمويل الصحيفة الإقليمية .



٤- أهم المشكلات التى تتعلق بعملية توزيع الصحيفة الإقليمية .

٥- أهم الامكانيات المتاحة للصحف الإقليمية .

٦- أنسب الطرق والوسائل المناسبة لحل هذه المشكلات .

### منهج البحث وأداة جمع البيانات :

هذه الدراسة من نوع الدراسات الوصفية وتستخدم منهج المسح الميدانى لكونه من أفضل المناهج التى تساعد على تحديد أهداف هذه الدراسة . أما بالنسبة لأداة جمع البيانات ، فقد أملت طبيعة هذه الدراسة استخدام أسلوب الاستقصاء بالمقابلة ويرجع السبب فى تفضيل هذا الأسلوب فى جمع البيانات إلى ما يلى :

١- ان هذه الاداة تتيح للباحث الفرصة لسير أغوار المبحوثين للتحقق من صحة ومدق البيانات التى أدلوا بها .

٢- تمكن مقابلة الباحث للمبحوثين من تجاوز حالات الملل واللامبالاة التى يمكن أن تسيطر أحيانا على بعض المبحوثين .

### عينة الدراسة :

وبالنسبة لهذه الدراسة فإن مجموع الأفراد الذين أجريت عليهم الدراسة يمثلون جميع المحررين الذين يعملون فى الصحف الإقليمية وعددهم ٨٢ محررا ، وقد تم اختيار المحررين للأسباب الآتية :

١- إن المحررين هم أقدر الأفراد إجابة على الأسئلة الخاصة بأهم المشكلات التى تواجه الصحف الإقليمية .

٢- انهم الصق الأفراد بالصحيفة الإقليمية وأقدرهم حكما عليها وعلى اقتراح أنسب الطرق لحل مشكلاتها بالنسبة للتمويل والتوزيع .

٣- أنهم أقدر من يستطيع الحكم على مدى وجود عملية ربط بين الصحيفة والقراء أم لا .

## أهم نتائج الدراسة :

- ١- هناك خلط واضح بين مفهوم كل من الصحيفة المحلية والصحيفة الإقليمية حيث يستخدم البعض المفهومين على أنهما بمعنى واحد على الرغم من وجود اختلاف بينهما ، فالصحيفة الإقليمية تصدر لتغطي باهتماماتها وتوزيعها إقليميا جغرافيا كاملا ، أو محافظة كاملة على الأقل ، فى حين تصدر الصحيفة المحلية على مستوى مدينة أو مركز وتستهدف نشر أخباره ومشكلاته وتوزع داخله .
- ٢- يعتبر وجود الصحيفة الإقليمية ضروريا فى الإقليم حيث يرى ذلك ٩٨,٧٨٪ من إجمالى أفراد العينة كما أن وجودها ضروريا بدرجة كبيرة جدا حيث يرى ذلك ٩٦,٣٤٪ فى حين يرى ٣,٦٦٪ أن وجودها ضرورى بدرجة كبيرة فقط .
- ٣- جاءت فى مقدمة المبررات عن وجود الصحيفة الإقليمية فى الإقليم أنها تناقش عن قرب مشكلات الإقليم إذ رأى ذلك ٦٩,٥١٪ من إجمالى أفراد العينة ، فى حين رأى ٣٩,٠٢٪ أنها تنشر تفاصيل أكثر من تلك التى تنشرها الصحف المركزية عن الإقليم ويلي ذلك : لأن الجمهور يمكنه الاتصال بها بسهولة ولأنها تقدم خدمات لا يمكن أن تقدمها الصحف المركزية لأبناء الإقليم ثم لأنها تخاطب احتياجات الأغلبية الكبرى من أبناء الإقليم وأخيرا لأن المحررين بها معروفون لأهل الإقليم .
- ٤- إن الصحيفة الإقليمية من الممكن أن تكون من وسائل الاتصال الهامة والضرورية فى الإقليم والدليل على ذلك أن نسبة كبيرة جدا من أفراد العينة يرون أن رسائل القراء تصل بصفة دائمة إذ رأى ذلك ٨٥,٣٧٪ ولم ير أى فرد أن الرسائل لا تصل أبدا ، أو بصفة نادرة فى حين يرى ١٤,٦٣٪ أن الرسائل تصل أحيانا .
- ٥- قلة اهتمام الصحف الإقليمية بنشر الأخبار والتعليقات السياسية الإقليمية كما رأى ذلك أكثر من نصف أفراد مجتمع الدراسة .
- ٦- لا تقوم الصحيفة الإقليمية بنشر أخبار جميع الأحزاب السياسية على السواء فى الإقليم نظرا لطبيعة تمويلها وحصولها على الدعم من المحافظة ، فيرى ٧٤,٤٠٪ من إجمالى الباحثين أنها تقوم بنشر أخبار حزب الأغلبية فقط ، فى حين يرى ١٤,٦٣٪ أنها تهمل

- نشر أخبار الأحزاب الأخرى غير حزب الأغلبية ، ويرى ٩٧,١٠٪ من المبحوثين أنها تقوم بنشر أخبار جميع الأحزاب السياسية على السواء .
- ٧- ان جميع رؤساء تحرير صحف مجتمع الدراسة يقيمون اقامة كاملة فى القاهرة حيث العمل الاساسى لهم .
- ٨- ان نسبة عالية من العاملين فى مجال التحرير من الحاصلين على مؤهلات أقل من الجامعية ٤٠٪ ، إذ بلغت نسبة الحاصلين على المؤهل فوق المتوسط ١٣,٤١٪ .
- ٩- ان نسبة عالية من الحاصلين على مؤهلات جامعية من غير المتخصصين فى مجال الصحافة ٦٠٪ .
- ١٠- ان مشاركة الإناث فى مجال التحرير فى صحف إقليم جنوب الصعيد قليلة إذ لم تبلغ نسبة المخررات فى صحف اقليم جنوب الصعيد ٨,٥٤سوى ٪ من اجمالى أفراد المخررين .
- ١١- ان نسبة كبيرة من العاملين فى مجال التحرير فى صحف اقليم جنوب الصعيد يعملون فى مديريات الحكم المحلى بالمحافظات اذ بلغت نسبة العاملين فى أجهزة الحكم المحلى ٣٥,٢٩٪ .
- ١٢- ان نسبة عالية من اجمالى العينة لم تحصل على دورات تدريبية فى مجال الصحافة اذ بلغت نسبة هؤلاء ٧١,٩٥٪ .
- ١٣- ان نسبة ٥١,٤٧٪ من اجمالى المخررين العاملين فى وظائف أخرى ترى أن هناك تعارضا بين عملها فى الصحيفة الإقليمية وبين عملها الاصلى .
- ١٤- ان نسبة ١٩,٥١٪ من اجمالى المخررين لا يتقاضون أجرا عن عملهم فى الصحيفة الإقليمية التى يعملون بها .
- ١٥- جاءت مشكلة التمويل فى مقدمة المشكلات التى تواجه الصحف الاقليمية حيث جاءت المشكلات مرتبة كالآتى كما رأى أفراد العينة :
- ١- مشكلة التمويل . ٨٥,٣٧٪
- ٢- مشكلة عدم وجود العدد الكافى من المخررين . ٧٩,٢٧٪
- ٣- مشكلة تتعلق بتدريب العاملين والمخررين . ٧٩,٢٧٪

- ٤- مشكلة عدم صدور الصحيفة فى ميعادها الثابت . ٧٦,٨٣ %
- ٥- مشكلة تتعلق بعملية توزيع الصحيفة الإقليمية . ٦٤,٦٣ %
- ٦- مشكلة عدم وجود مقر خاص للصحيفة . ٦٢,١٩ %
- ٧- مشكلة الطباعة خارج الإقليم . ٥٩,٧٦ %
- ٨- مشكلة عدم وجود أرشيف صحفى . ٢٦,٨٢ %
- ١٦- تحصل صحف صوت سوهاج و صوت قنا وصحيفة أسوان على دعم من المحافظات التى تصدر بها وهو عبارة عن دعم مالى فى صورة مبالغ تحصل عليها مع بداية كل سنة مالية .
- ١٧- ان أى من الصحف الثلاث محل الدراسة لم تصل الى مرحلة التمويل الذاتى وذلك باعتمادها الكامل على مواردها الذاتية فى التمويل .
- ١٨- ان قيمة الاعلانات المنشورة فى الصحيفة وقيمة مبيعات التوزيع لم تغط مصاريف اصدار الصحيفة فى أية سنة من السنوات .
- ١٩- ان حصول الصحيفة على دعم من المحافظة يؤثر على حيادها وقد وافق على ذلك ٩٠,٢٤ % من اجمالى أفراد العينة
- ٢٠- لم تنشأ أى من الصحف الثلاث محل الدراسة ادارة توزيع خاصة بها
- ٢١- ان نسبة مرتجعات الصحف الإقليمية عالية جدا .
- ٢٢- ان الصحف الاقليمية تهتم بالاشتراكات بدرجة متوسطة .
- ٢٣- ان الصحف الإقليمية لاتصلر فى الميعاد المحدد لصدورها
- ٢٤- لا تمتلك اى من صحف العينة الثلاث مطابع خاصة بها ، بل تقوم بطباعة أعدادها فى مطابع تجارية بالقاهرة .
- ٢٥- ورق الصحف . . لا تحصل أى من الصحف الثلاث على ورق صحف بالسعر الرسمى .
- ٢٦- لا تمتلك أى من الصحف الثلاث مقرا خاص بها .
- ٢٧- لاتوجد مكتبة صحفية فى أى من الصحف الثلاث أما الارشيف فهو لا يعدو ولا يزيد عن حفظ اعداد الصحيفة السابقة .

٢٨- لا توجد لدى أى من الصحف الثلاث أى وسيلة مواصلات خاصة بها ولا تلفزيونات خاصة بها .

### التوصيات :

- ١- ضرورة توفير مصدر تمويل للصحف الإقليمية عند بداية انشائها بعيدا عن اللجوء الى المحافظات للحصول على التمويل .
- ٢- عدم التصريح للمحافظين باصدار صحف اقليمية تابعة للمحافظات مع ضرورة انشاء ادارة داخل المجلس الاعلى للصحافة تصدر عنها الصحف الاقليمية وتتبعها الصحف الاقليمية التى تصدر الآن فى مصر ، وعدم السماح أيضا للمحافظين باصدار قرارات لوقف الصحف الإقليمية دون الرجوع للمجلس الاعلى للصحافة .
- ٣- ضرورة تمثيل الصحف الإقليمية بعضوين على الأقل ضمن اعضاء المجلس الاعلى للصحافة .
- ٤- ضرورة نشر الاعلانات التحريرية والصور التعبيرية الخاصة بحملات تنظيم الاسرة وغيرها فى الصحف الاقليمية وكذلك الاعلانات الحكومية داخل نطاق كل محافظة .
- ٥- ضرورة اشتراك الهيئات والوزارات المركزية والهيئات الحكومية فى الإقليم فى عدد مناسب من اعداد الصحيفة الإقليمية .
- ٦- ضرورة انشاء مؤسستين صحفيتين احدهما فى الوجه القبلى والثانية فى الوجه البحرى ، تصدر عنهما الصحف والمجلات الإقليمية الخاصة بكل محافظة ، مع ضرورة توفير كافة الامكانيات المادية اللازمة لقيام هاتين المؤسستين على أن تتولى هاتين المؤسستين امور الطباعة الحكومية داخل المحافظات .
- ٧- ضرورة اهتمام الصحف الاقليمية بالقضايا السياسية فى الإقليم مع اعطاء القرصة لظهور مختلف الاتجاهات السياسية على صفحات الجرائد .
- ٨- ضرورة وجود ادارة توزيع صغيرة داخل كل صحيفة اقليمية لتولى توزيع اعداد الصحيفة داخل أعماق الإقليم .

- ٩- يجب على ادارة الصحيفة الاقليمية الاهتمام بمعدلات التوزيع والعمل على زيادتها باستمرار .
- ١٠- اختيار رئيس مجلس ادارة الصحيفة الاقليمية من ذوى السمعة الطيبة فى الإقليم - وأن يشتمل مجلس الادارة على افراد ذوى خبرة فى مجال الاعلام ويمثلون مختلف الاتجاهات السياسية والاقتصادية والثقافية فى الإقليم .
- ١١- ضرورة توفير مقر مستقل لكل صحيفة ، بعيدا عن أية هيئة أو مصلحة حكومية .
- ١٢- ضرورة حصول كل صحيفة اقليمية تحمل ترخيصا لها بالصدور من قبل المجلس الاعلى للصحافة على حصة من ورق الصحف بالسعر الرسمى الذى تحصل به الصحف المركزية.
- ١٣- ضرورة تدريس مادة الصحافة الاقليمية فى قسم الصحافة بكلية الاعلام وفى أقسام الصحافة بالجامعات الاقليمية .
- ١٤- ضرورة ان يتم التنسيق بين المجلس الاعلى للصحافة ووزارة الشؤون الاجتماعية على أن يتم تكليف مكلفى الخدمة العامة من خريجي اقسام الصحافة فى الاقاليم للعمل فى الصحف الإقليمية .
- ١٥- تدريب محررى الصحف الإقليمية من خلال معهد التدريب الصحفى ، اسوة بمحررى الصحف المركزية والحزبية .
- ١٦- ضرورة تزويد الصحف الإقليمية بالمطابع وآلات الطباعة القديمة التى استغنت عنها الهيئة العامة للاستعلامات وكذلك الآلات والمطابع التى تستغنى عنها المؤسسات الصحفية الأخرى .

## رسالة المسجد الإعلامية

### دراسة لدور المسجد في تطوير المجتمعات الاسلامية

اسم الباحث : مصطفى ميد عبد الله .

الدرجة العلمية : ماجستير .

اشراف : أ.د/ احسان عسكر .

أ.د/ منير حجاب .

د/ عبد الوهاب كحيل

سنة المنح : ١٩٨٨ .

---

#### مشكلة الدراسة وأهميتها :

تحدد مشكلة البحث في تحديد أهم المعوقات التي تعوق هذه المؤسسة الإعلامية من القيام بدورها على الوجه الأكمل في المجتمع الاسلامي والتي ترتبط بالجوانب الآتية :

- ١ - عدم اعداد الكوادر الاعلامية القادرة على تحمل مسئولية الاعلام المسجدي
- ٢ - عدم اعداد المساجد كمراكز للاشعاع الديني .
- ٣ - عدم القضاء على العوامل التي تعرقل رسالة المسجد الاعلامية .

## تساؤلات الدراسة :

وبناء على ما تقدم تستهدف الدراسة تحديد الأساليب المختلفة التى تساعد على رفع درجة الكفاءة الاتصالية للمسجد وتحديد الأساليب المختلفة لدوره فى التنمية وتطوير المجتمعات الاسلامية .

### وتجيب عن الاسئلة الاتية :

- ١ - هل كان للمسجد دور إعلامى فى الماضى .
- ٢ - ما هى الأنماط الاتصالية للمسجد ووظائفها الاعلامية .
- ٣ - ما هى الأهداف الاعلامية المسجدية ومدى مساهمتها فى تطوير المجتمعات الاسلامية .
- ٤ - ما هى المعوقات التى تعوق المسجد عن أداء رسالته الاعلامية فى المجتمع الاسلامى .
- ٥ - ما الأساليب التى تساعد المسجد على أداء رسالته الاعلامية وما هى السبل لاستعادة المسجد لمكانته الأولى ليؤدى رسالته على أكمل وجه .

## نوع الدراسة ومنهجها :

دراسة وصفية ودراسة كشفية استطلاعية لمسح التراث وذوى الخبرة . وقد استخدم الباحث منهج دراسة الحالة لوصف وتحليل الجوانب المتعلقة بمشكلة البحث.

## أداة جمع البيانات :

استمارة الاستبيان للقائمين بالاتصال المسجدى من الوعاظ ومقيمي الشعائر .

## نتائج الدراسة :

كان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلى :



- ١- كان للمسجد دور رائع فى الاتصال الشخصى وتشكيل الرأى العام المسلم فى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم ، بينما اصبح فى الوقت الحاضر لايتعدى دوره مجرد إقامة الشعائر الدينية ومكانا للعبادة فقط .
- ٢- أصبح هدف المسجد تعبدى فقط ولا يشارك فى حياة المسلمين بعد أن كان فى عهد الرسول والخلفاء الراشدين له أهداف تربوية وتعليمية وسياسية وعسكرية واجتماعية وتعبدية .
- ٣- للمسجد دور خطير وهام فى تشكيل الرأى العام تجاه القضايا التى تهم الناس لما له من قدسية وخاصة فى قضايا محو الأمية وترشيد الاستهلاك وتعديل القيم والسلوك ، بينما ينكمش دوره فى مجال تحفيظ القرآن وتفسير أمور الدين.
- ٤- أن من أهم معوقات الاتصال المسجدي:
  - ابتعاد المسلمين عن الصلاة بالمساجد بعد أن سيطرت عليهم الحياة المادية وانشغلوا بها .
  - قلة عدد المترددين على المسجد للدرس والصلاة .
- ٥- دور المسجد فى المجتمع الاسلامى :
  - لا يشارك المسجد فى خدمة التعليم المدرسى حاليا حيث أثبتت الدراسة أن نسبة ٧٧,٥٪ من أفراد العينة ذكروا أنه لا يوجد للمسجد دور فى ذلك .
  - ليس للمسجد دور فى مجال محو الأمية والتعليم ، حيث اجاب جميع أفراد العينة بنسبة ١٠٠٪ بأنه ليس للمسجد دور فى مجال محو الأمية .
  - ليس للمسجد دور يذكر فى مجال تحفيظ القرآن ، حيث ذكر ٩١٪ من أفراد العينة بأنه ليس للمسجد دور فى ذلك بسبب عدم الاهتمام بالتحفيظ ماديا واجتماعيا ، وكذلك نظرة الناس للمحفظ على انه فى مرتبة اقل من المواطن العادى جعلتهم يهربون من هذه المهمة المقدسة .

• لا توجد في كثير من المساجد جمعيات خيرية لخدمة أهالي الحى الذى يوجد به المسجد حيث ذكر ٥٥,٥ ٪ من أفراد العينة بأنه لا توجد جمعية خيرية فى المسجد القريب منهم •

• فى المساجد التى يوجد بها جمعيات خيرية أثبتت الدراسة انها تقدم كثيرا من الخدمات منها :

- عمارة المساجد •

- إقامة الاحتفالات الدينية فى المناسبات الدينية •

- تقوم بتحفيظ القرآن •

- بها دار للحضانة الاسلامية •

- بعض الجمعيات بها نوادى رياضية •

- تتلقى التبرعات والصدقات من المواطنين وتقوم بتوزيعها على الفقراء والمحتاجين •

- للمسجد دور كبير فى التوعية الصحية ، والقومية بخطورة الامراض الوبائية حيث يقوم المسجد بتوجيه الناس الى أماكن العلاج والتطعيم •

- كثير من المساجد لا يوجد بها مستوصف طبي وخيرى لخدمة أهالي الحى رغم أهمية هذه الخدمة الطبية •

٦- مشاكل العاملين فى مجال الاعلام المسجدي :

• التزام الامام بالجدول المقرر من قبل وزارة الاوقاف ، حيث أوضحت الدراسة

أن نسبة كبيرة يلتزمون بالجدول ٦٩ ٪ غير انهم غير راضين عن ذلك •

• قلة المترددين على المساجد من الجماهير لحضور الدرس ، حيث اوضحت

الدراسة ان نسبة كبيرة من الجماهير لا يترددون على المسجد الذى يلتزم فيه

الامام بالجدول ، ويحدث ذلك العكس حيث تمتلئ المساجد عند الائمة الدين

لا يلتزمون بالجدول •

• وأظهرت الدراسة عدم اقبال الجماهير على حضور الدرس فى بعض الاحيان  
ترجع الى:

أ - اذاعة المسلسلات التليفزيونية فى الوقت الذى يلقى فيه الامام الدرس مما  
جعل كثيرا من الشباب ينصرفون لحضور المسلسل •

ب- تقيد الامام بالجدول جعل الناس تقل سماع الدرس الذى يلقى فيه الامام  
بالمسجد •

ج- كثرة مشاغل الناس وطفيان المادة على المجتمع ، وقيام بعض الناس بقضاء  
حاجياتهم فى الوقت الذى يلقى فيه الامام الدرس •

٧- أوضحت الدراسة ان ٩٠ ٪ من العاملين فى مجال الدعوة - الأئمة -  
يواجهون صعوبات فى مجال عملهم • وعن نوعية هذه الصعوبات ذكر أفراد  
العينة أن :

أ - الاعلانات والمسلسلات فى التليفزيون تهدم مما يبينه الامام من قيم  
وأخلاق •

ب- عدم توافر السكن القريب من المسجد •

ج- قلة الخوافز المادية الممنوحة للامام •

د - ارتفاع اسعار الكتب ، وعدم توافر أمهات الكتب فى مكتبة المسجد •

هـ- مراقبة أجهزة الامن للامام •

٨- أثبتت الدراسة ان الامام يتلقى دورتين تدريبيتين طوال حياته الوظيفية حيث  
ذكر ١٠٠ ٪ من أفراد العينة أنهم لايتلقون سوى هاتين الدورتين ، وهذا قليل  
جدا •

٩- مدى اقبال الجماهير على المسجد والموضوعات التى تلقى فيه :

أوضحت الدراسة أن الجماهير تفضل أن يتناول الامام - فى درسه -  
الموضوعات التى تهتم بأحداث الساعة حيث احتلت هذه العبارة المرتبة الأولى  
من الموضوعات التى يجب أن يتناولها الامام من وجهة نظر الجمهور المتردد

على المسجد بنسبة أهمية قدرها ٩٥٪ ثم تلتها فى الأهمية الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٨٧,٥٪ ثم فى المرتبة الثالثة بنسبة ٦٦,٥٪ ثم الموضوعات الدينية بنسبة ٦٠٪ .

### التوصيات :

- ١- يوصى الباحث بضرورة توفير الإمام الكفاء للمساجد التى ليس بها امام حتى يؤدى المسجد دوره فى المجتمع على أكمل وجه ويقطع الطريق على المتطرفين فى استخدام هذه الوسيلة الاعلامية لنشر أفكارهم .
- ٢- اطلاق الحرية للامام فى اختيار الموضوع الذى يريد الحديث فيه والذى غالبا ما يكون عما يشغل رأى العام من قضايا فى هذه اللحظة .
- ٣- مشاركة الامام فى المجالس اghلية والشعبية على مستوى القرية أو المدينة حتى يكون ملما بما يدور فى المجلس الشعبى اghلى من مناقشات حول القضايا التى تهم الجمهور وحتى توجد لديه خلفية كاملة عن هذه المناقشات وبذلك يستطيع ان يشارك الجماهير فى المساهمة فى حل هذه القضايا أو الرد على كل ما يتعرض له من تساؤلات بشأن المجازات القطاعات اghلية فى هذه المجالات .
- ٤- ولما كان الامام هو مسئول الاتصال فى المسجد ، فالباحث يوصى بأن تقوم وزارة الازهر بانشاء قسم للدعوة فى المرحلة الاعدادية يدخله الطالب حسب رغبته وتكون فيه الدراسة داخلية ، ثم تتبعها المرحلة الثانوية ثم الجامعية - كلية الدعوة - حتى يتخرج على المستوى المطلوب .
- ٥- ان يكون هناك تخطيط طويل المدى لاستخدام المسجد وأجهزة الاعلام الأخرى بهدف تحقيق التنشئة اghلية ومواجهة الانحرافات والقضاء على الحقد والكراهية واحلال الحب والتعاون والاخاء بين الجماهير .

- ٦- أن تكون هناك ادارة للتخطيط والبحوث والمتابعة والتقويم لمعرفة تأثير خطبة الجمعة وتطويرها وذلك بهدف زيادة فعاليتها وتحقيق الالتحام بين خطباء المساجد والجمهور العام لمعالجة مشكلات المجتمع والربط بين هذه الخطب وهذه المشكلات ، ودعوة كبار الوعاظ بين الحين والآخر لخطبة الجمعة .
- ٧- اقامة دورات تدريبية للامام من وقت لآخر على ان يشمل برنامج التدريب الى جانب الدراسات الاعلامية دراسات اجتماعية وانسانية حتى يكون الامام اداة مشاركة فى تنمية الوعي الدينى والوطنى .
- ٨- يوصى الباحث بأنه يجب أن تسفيد الدولة من امكانيات المسجد وانتشاره فى البيئات التى تفتقد الى المؤسسات الاجتماعية والصحية .
- ٩- ان يشارك المسجد مشاركته فعالة فى المجالات التى تهتم المجتمع المحلى كالمشاركة فى تحفيظ القرآن أو اقامة فصول نحو الأمية أو التعليم المدرسى للقضاء على ظاهرة الدروس الخصوصية ، وذلك عن طريق التنسيق بين المسجد والمؤسسات الأخرى الموجودة فى المجتمع لتحقيق التكامل بين المسجد وهذه المؤسسات .

# دور برامج المرأة فى التلفزيون

فى زيادة وعى المرأة فى الريف المصرى

دراسة تطبيقية على قرية مصرية

الباحثة : عزيزة عبده سليمان .

الدرجة : ماجستير .

الاشراف : د / فوزية فهم

د / عبد الوهاب كحيل

سنة المنح : ١٩٨٨ .

## مشكلة الدراسة :

تلخص فى تقييم الدور الذى تؤديه برامج المرأة فى التلفزيون المصرى للمرأة الريفية حتى يمكن تحديد مواضع الخلل والقصور لكى تتداركها هذه البرامج عند وضع خططها من أجل زيادة وعى المرأة الريفية .

## فروض الدراسة :

أقامت الباحثة مشكلة البحث على فرضين اساسيين، هما :  
الفرض الأول : ان عدم الاهتمام بقطاع المرأة الريفية من قبل برامج المرأة بالتلفزيون المصرى يتجلى عنه ندره ظهورها أو تمثيلها فى هذه البرامج .

الفرض الثانى: ان قلة المعلومات الموجهة الى المرأة الريفية من خلال برامج المرأة بالتلفزيون  
تؤدى الى قلة وعى هذه المرأة .

ولكى يتسنى للباحثة تحقيق هذين الفرضين السابقين كان ينبغى الاجابة على مجموعة  
من التساؤلات التى تفسر جوانب البحث المختلفة :

أولا : اتجاهات المرأة الريفية نحو التلفزيون، وتتضمن :

١ - التعرف على درجة الاقبال لدى الريفيات على مشاهدة التلفزيون ومستوى أفضليته  
بين وسائل الاعلام الاخرى .

٢ - التعرف على متوسط عدد ساعات المشاهدة لبرامج التلفزيون بين افراد عينة  
الريفيات .

٣ - التعرف على البرامج التى تفضلها المرأة الريفية وتقبل على مشاهدتها فى التلفزيون .

ثانيا : اتجاهات المرأة الريفية نحو برامج المرأة فى التلفزيون ، وتتضمن :

١ - التعرف على أهم برنامج للمرأة تقبل عليه الريفيات أكثر من غيره وترتيب هذه  
الافضلية .

٢ - التعرف على مدى متابعة المرأة الريفية لبرامج المرأة فى التلفزيون .

٣ - التعرف على مستوى حرص المرأة الريفية على مشاهدة برامج المرأة بالتلفزيون .

٤ - التعرف على درجة فهم المرأة الريفية للغة برامج المرأة بالتلفزيون .

٥ - التعرف على مدى فهم المرأة الريفية لمضمون برامج المرأة فى التلفزيون .

٦ - التعرف على اشباع برامج المرأة لاحتياجات المرأة الريفية .

٧ - التعرف على مدى مساهمة هذه البرامج فى حل مشكلات المرأة الريفية .

٨ - التعرف على مدى مناسبة أوقات ارسال برامج المرأة بالتلفزيون مع أوقات فراغ  
الريفيات .

أما المجموعة الثانية من التساؤلات فكانت من خلال الدراسة التحليلية لعينة من برامج المرأة بالتلفزيون خلال دورة تليفزيونية كاملة • تكون من خلالها الاجابة عن التساؤلات الآتية :

- ما مساحة برامج المرأة بالنسبة لبرامج التلفزيون خلال المجال الزمني للدراسة •
- ما الموضوعات والقضايا والمعلومات التي تركز عليها برامج المرأة بالتلفزيون •
- ما نوعية الجمهور المستهدف من الرسائل التي تقدمها برامج المرأة ولغة هذه البرامج.
- مساحة المضمون الموجه للمرأة الريفية في برامج المرأة •
- معرفة أى القنوات أكثر اهتماما وموضوعية بالمرأة الريفية •
- معرفة أى القنوات تعطى مساحة زمنية أكثر لبرامج المرأة على خريطتها •
- ملاحظة مدى بساطة مقدمة برامج المرأة في التلفزيون •
- ملاحظة مدى بساطة وسائل الايضاح والادوات المستخدمة •
- صور الشكل والاسلوب الذى تقدم به برامج المرأة •
- عدد مرات ظهور المرأة الريفية من خلال برامج المرأة خلال فترة الدراسة •
- القدوة التي تقدمها هذه البرامج للمرأة الريفية •
- التعرف على مدى تغطية برامج المرأة لاهم المجالات التي تحتاج لها المرأة الريفية الى زيادة الوعي بها •

### نوع البحث ومنهجه:

- دراسة وصفية تسعى الى وصف وتحديد مضمون برامج المرأة تحليللا شاملا •
- أما عن المناهج المستخدمة : فقد استخدمت الباحثة أكثر من منهج .ففى الدراسة النظرية استخدمت المنهج التاريخي لمشكلات المرأة الريفية واستنباط خصائصها •
- وبالنسبة للدراسة الميدانية اعتمدت الباحثة على منهج المسح الاجتماعى والمنهج التحليلي لمضمون برامج المرأة •



## أداة جمع البيانات :

وهى هنا صحيفة الاستبيان لاستطلاع آراء المبحوثات الريفيات فى الدراسة الميدانية .  
أما الدراسة التحليلية فاعتمدت الباحثة على استمارة لتحليل مضمون برامج المرأة .

## عينة الدراسة :

فى الدراسة الميدانية لجأت الباحثة الى أسلوب العينة العشوائية للقرويات فى قرية (المهجارسة) احدى قرى محافظة سوهاج وموطن الباحثة الأصلية وكان قوامها (١١٢) مفردة .

فى الدراسة التحليلية استخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لجميع البرامج الخاصة بالمرأة على القناتين الأولى والثانية فى دورية تليفزيونية كاملة مدتها ثلاث شهور من ١٩٨٨٧/١/١ حتى ١٩٨٧/٣/٣١ م .

## نتائج الدراسة :

كان من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلى :

### أولا : من نتائج الدراسة الميدانية :

- ١ - اثبتت الدراسة اجماع الريفيات على عدم مناسبة مضمون برامج المرأة لمتجمع القرية ولا تعبر عن القرويات مع عدم فهمهن لهذه البرامج .
- ٢ - أجمعت المبحوثات على عدم القدرة على تنفيذ ما تراه فى برامج المرأة .
- ٣ - ان التليفزيون لا يسهم الا بقدر ضئيل فى توعية المرأة الريفية ومن خلال الافلام والمسلسلات والبرامج الدينية وليس عن طريق برامج المرأة .
- ٤ - تفضيل يوم الجمعة كيوم أجازة وتفرغ القرويات لمشاهدة التليفزيون .

### ثانيا : بالنسبة لنتائج الدراسة التحليلية فكان من أهمها :

- ١ - أن نسبة المضمون الموجه للمرأة الريفية خلال دورة التحليل الى اجمالى وقت برامج المرأة هو ١,٢٨ ٪ بالنسبة لاجمالى الموضوعات الموجهة لقطاعات المرأة الأخرى .

- ٢ - يعتبر برنامج مجلة المرأة أكثر البرامج تنوعا وشمولا وتغطية لكافة قطاعات المرأة المصرية
- ٣ - تبين أن كل المضمون المقدم للمرأة الريفية خلال فترة التحليل ثلاثة شهور جاء من خلال برنامج واحد هو مجلة المرأة على القناة الأولى .
- ولم تزد الفقرات التي استهدفت المرأة الريفية عن ١٧,٥٪ من مجلة الفقرات خلال دورة التحليل .
- ٤ - كذلك اتضح من نتائج الدراسة أن برامج المرأة تركز على المرأة القاهرية والشرقية الارستقراطية في المجتمع المصرى على حساب الطبقة الشعبية والمتوسطة المكافحة .

#### أهم التوصيات :

- ١ - ضرورة اعادة النظر فى النظرة التقليدية للمرأة القروية والتي تقدم فى الافلام والمسلسلات على أنها القروية الخادمة والساذجة البسيطة .
- ٢ - ينبغي فى ظل عملية التنمية الشاملة أن نبدأ بتزقية فكر الانسان وتسليحه بالوعى وخاصة الاميات القرويات .
- ٣ - وضع خطط اعلامية توصى بمضامين موضوعية هادفة تقوم على مراعاة التفاوت الطبقي الموجود فى المجتمع .
- ٤ - اعداد اعلاميات متخصصات فى كتابة واعداد برامج موجهة للمرأة الريفية .
- ٥ - ضرورة وصول أبحاث المستمعين الى عمق الريف المصرى للتعرف على احتياجاته .
- ٦ - تخصيص برامج لنحو أمية الريفيات من خلال برامج المرأة بالتلفزيون .

# الرأى العام فى صدر الإسلام

من بدء الدعوة المحمدية إلى نهاية

عهد سيدنا عمر بن الخطاب رضى الله عنه

اسم الباحث : رجاء نور محمود محمد .

الدرجة العلمية : ماجستير .

اشراف : أ.د/ احسان عسكر . أ.د/ محمد منير حجاب .

دكتور/ عبد الوهاب كحيل .

سنة المنح : ١٩٨٨ .

## مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنحصر مشكلة الدراسة فى التعرف على مكانة الرأى العام فى الإسلام وتقييم الدور الذى قام به الرأى العام الإسلامى فى صدر الإسلام والدور الذى يمكن أن يقوم به فى المجتمع الحديث .

ويزيد من أهمية هذه الدراسة ما يمكن أن يقوم به الرأى العام الإسلامى فى حل مشكلات المجتمع المعاصر الذى تتصارع فيه الأفكار الخاصة وتغلب فيه المصالح الفردية على المصالح العامة وتنزوى فيه القيم التى تؤثر على الرأى العام المعاصر .

ومن ثم فقد استهدفت الدراسة بيان ما هية الرأى العام فى صدر الإسلام وعناصره ومبادئه وتقسيماته هذا إلى جانب توضيح المدى الذى نجحت فيه وسائل الإعلام فى تكوين الرأى العام والوسائل والأساليب التى استخدمها الرسول - صلى الله عليه وسلم - وصاحبه

فى تكوين الرأى وقياسه واستيعب هذا بيان دور هذا الرأى وفاعليته فى التصدى للرأى العام المضاد .

### أهداف الدراسة :

- ١- هل وجد رأى عام فى صدر الإسلام وماذا يعنى وما هى عناصره ؟
- ٢- ما هى المبادئ الإسلامية التى بنى عليها الرأى العام الإسلامى ؟
- ٣- ما هى التسميات الإسلامية للرأى العام الإسلامى ؟
- ٤- الى أى مدى نجحت وسائل الإعلام الإسلامى فى تكوين الرأى العام فى صدر الإسلام ؟
- ٥- ما هى الوسائل والأساليب التى يستخدمها الرسول صلى الله عليه وسلم وصاحبيه أبى بكر الصديق وعمر بن الخطاب فى تكوين هذا الرأى وقياسه ؟
- ٦- ما هو دور الرأى العام الإسلامى فى التصدى للرأى العام المضاد ؟

### المناهج المستخدمة :

وقد استخدمت الباحثة فى هذه الدراسة المنهجين التاريخى والتحليلى ، لكونهما من أفضل المناهج التى تستخدم أهداف الدراسة ، أى معرفة اتجاهات الرأى وتحليل الأفكار والموضوعات التى كانت سائدة خلال فترة الدراسة .

### خطة الدراسة :

اتجهت خطة الدراسة الى الكشف عن العناصر المختلفة للرأى العام الإسلامى مع بيان كافة ممارساته وأساليبه ووسائله .  
وتناول الفصل الأول مفهوم الرأى العام الإسلامى ، وعالج المفهوم اللغوى والإصطلاحى لكلمتى " الرأى ، والعام " ، وعالج الفصل الثانى : عناصر الرأى العام الإسلامى وتناول الاغلبية المسامة ، القضية ، الزمن ، المجتمع الإسلامى ، الصالح العام ، الحوار والمناقشة والمشاورة .

وبين البحث فى الفصل الثالث : التقسيمات الإسلامية للرأى العام ، وأوضح الفصل الرابع : دور الشورى فى تدعيم عناصر الرأى العام ، وتعرض البحث فى الفصل الخامس لوسائل تكوين الرأى العام فى صدر الإسلام وتناول القرآن الكريم - السنة النبوية - المسجد - الخطبة - القيادة - مواسم الحج - الشعر ، أما الفصل السادس فقد عالج أساليب تكوين الرأى العام فى صدر الإسلام وتناول الحكمة والموعظة الحسنة والجدال بالتى هى أحسن ، والقصص ، والتكرار ، ومقاومة الأخبار الكاذبة وضرب الأمثال والقذوة •

وتعرض الفصل السابع لوظائف الرأى العام فى المجتمع الإسلامى فى المجال السياسى والإجتماعى والإقتصادى والتعليمى والإعلامى ، وعالج الفصل الثامن أساليب قياس الرأى العام فى صدر الإسلام من المقابلة والملاحظة والإستقصاء وتحليل المحتوى •

### نتائج الدراسة :

- أثبتت الدراسة أن للرأى العام الإسلامى خصائص مميزة أهمها ما يلى :
- ١ - الرأى العام الإسلامى رغم حداثة نشأته فى صدر الإسلام الا أنه كان أكثر وأقوى تعبيرا عن نفسه بالمقارنة بالرأى العام الإسلامى فى المجتمع الحديث •
- فالعلبية هى سمة من سمات الرأى العام المسلم إذ ليس فى أنشطته ما يركز فى دوائر ضيقة محدودة أو ما يحجب عن القواعد العريضة للبشر ، وهذه العمومية انعكاس لروح العقيدة الإسلامية المتوجهة للناس جميعا •
- ٢ - أن تكوين الرأى العام الإسلامى عملية متكاملة ومتتابعة الحلقات تبدأ بتكوين الآراء لدى الغالبية العظمى من المسلمين إزاء المسائل والقضايا التى تجذب الاهتمام العام وتنتهى بعملية صنع القرار والتعبير الذاتى عن الاتجاهات •
- ٣ - يستند الرأى العام الإسلامى الى قاعدة ثابتة من الشرائع والأحكام ، وهى شرائع وأحكام تستمد قدسيته من قدسية صانعها ، وثبوتها هو مصدر قوتها وقدسيته سر تمسك الرأى العام بها وقيامه بالدفاع عنها •

- ٤- ترك الشورى بصماتها على سلوك الرأى العام الإسلامى فهو حريص كل الحرص على ابداء رأيه فى مشاكله وقضاياہ ويسلك سبيل العنف اذا ما حيل بينه وبين هذا التعبير .
- ٥- الرأى العام الإسلامى على درجة من الحساسية الشديدة بالنسبة للقضايا التى تمس العقيدة فهو يستبسل فى الدفاع عن قضاياہ الدينية ، وطابعه الشمولى يدفعه الى التعاطف مع الرأى العام المسلم فى شتى قطاع العالم .
- ٦- يعالج الرأى العام الاسلامى جميع قضاياہ السياسية والاقتصادية والاجتماعية من منظور إسلامى وهو يشجب النظريات البشرية التى تناهض مبادئ الإسلام .
- ٧- بالتصور الاعتقادى للمجتمع الإسلامى يدور التصاح بالمعروف والنهي عن المنكر ، وهو بيقظة كاملة يواجه الأفكار والتيارات المعادية للإسلام ويجاهد الإلحاد بشتى صوره ويعمل على تحقيق السيادة التشريعية للقرآن والسنة .
- ٨- يعمل الرأى العام الإسلامى على تثبيت ونشر المبادئ القرآنية بمحاربة الإقليمية والتعصب العنصرى والقبلى، ويعمل على استنهاض الهمم لتلاحم الأمة الإسلامية فى شتى بقاع العالم ودفع الاخطار عن بلاد الإسلام بمقاومة التيارات الضارة بشخصيتها الإسلامية .
- ٩- يلتزم الرأى العام المسلم بخدمة الإنسان المسلم بأن يعمل على تكامل شخصية الإسلام وتنمية المجتمعات الإسلامية فكريا وثقافيا واجتماعيا وسياسيا فهو يرسخ إيمانه بالقيم الإسلامية والمبادئ الخلقية الاصلية النابعة من الدين .
- ١٠- يستهدف الرأى العام المسلم نشر الدعوة الإسلامية والتعريف بالقضايا الإسلامية وتعميق روح الإخاء الإسلامى وتنمية الإنجاهات المشتركة فى العالم الإسلامى هذا مع تدعيم التعاون والتفاهم بين الدول الإسلامية وخدمة الأمة الإسلامية كوحدة متكاملة .
- ١١- حقوق الاقليات مصانة فى المجتمع الإسلامى فالرأى العام المسلم بعيد كل البعد عن العصبية والقبلية فهو لا يتجه بالاعتداء على الاقلية المعارضة للدين الإسلامى .
- ١٢- التزام الرأى العام المسلم بتعاليم الإسلام وسيره على منهج القرآن يمكنه من تأديہ وظائفه فى دفع المجتمع نحو التقدم والرفاهية والحفاظ على المثل والمبادئ الاخلاقية . " ومن أحسن قولاً من دعا الى الله وعمل صالحاً وقال إننى من المسلمين " سورة فصلت ، الايات (٣٣)

١٤- المساواه تترك بصماتها على اتجاهات الرأى العام الإسلامى فلا فرق بين أمير وفقير وحاكم ومعكوم ولا حر وعبد وأفضل الناس عند الله أتقاهم .

### التوصيات :

- ١- توجيه قادة الرأى فى المجتمع الى أهمية تشجيع الافراد على حفظ القرآن الكريم والأحاديث النبوية فهما الاساس الذى يقوم عليهما الرأى العام المسلم .
- ٢- الاهتمام باعداد القائمين بالاتصال دينيا باعتبارهم عناصر فعالة لتشكيل الرأى العام .
- ٣- قيام المساجد وهيئتها هيئة كاملة ليتم من خلالها نشر الدعوة وتربية الرأى العام المسلم وتقديم رأى الدين فى جميع المشاكل التى تدور حولها المناقشة والرد على كل الدعوات والاتجاهات المضادة للإسلام .
- ٤- تبصير الرأى العام الإسلامى بالاحداث أى الاستعانة بمنطق الاحداث فى الدعوة لان ذلك هو السيل لتحسين الرأى المسلم ضد الشائعات والبلبله الفكرية .
- ٥- الاهتمام بالتربية الدينية لكل أعضاء المهن المختلفة على أن تحاط هذه الفئات علما بما يقوله اعداء الإسلام ، على أن يكون التبليغ بالحجة والمنطق والمجادلة الحسنة حتى لا تجد السلوكيات السلبية الحالية من الوازع الدينى طريقها الى الرأى العام المسلم .
- ٦- الاعداد الحسن للدعاة وقادة الرأى العام المسلم مع العناية بتوجيه الارشادات الإسلامية الى الشعوب الإسلامية التى لا تتبع تعاليم الإسلام بصورة مرضية .
- ٧- الاهتمام بعقد الندوات الدينية التى تناقش شئون الدين والدنيا برحابة صدر ومجادلة حسنة على أساس الحوار والمناقشة وتبادل وجهات النظر .
- ٨- اذابة الفوارق بين الفرق الإسلامية حتى ينصهر المسلمون فى بوتقة الإسلام ويزول عن الرأى الاختلافات المذهبية .
- ٩- حماية الشباب المسلم من الانحرافات المدمرة التى تبثها الاجهزة المعادية للإسلام لإشاعة الضعف فى النفوس وتخطيم القيم الدينية والمثل الروحية .

- ١٠- العمل على تربية الرأى العام المسلم فى المجال السياسى حتى لا يكون الرأى العام المسلم فريسة لما يثيره أصحاب الهوى والمصالح الشخصية لافساد الحياة على المسلمين .
- ١١- العناية بتحسين أحوال الوعاظ والائمة من خلال المكافآت والخوافز مع ما يتناسب مع مكانتهم كقادة للرأى المسلم .



تأثير الصحافة المصرية  
على الرأى العام المحلى  
دراسة ميدانية على محافظة سوهاج  
دراسة تطبيقية فى قضية انتخابات مجلس الشعب لعام ١٩٨٧

اسم الباحث : صابر حارس محمد .

الدرجة العلمية : ماجستير .

اشراف : د.أ/ مختار التهامى .

دكتور/ عبد الوهاب كحيل .

سنة المنح : ١٩٨٩ .

---

مشكلة الدراسة :

يمكن بلورة المشكلة البحثية فى تساؤل رئيسى مؤداه : " الى أى مدى أثرت الصحافة المصرية على الرأى العام المحلى بسوهاج ازاء قضية انتخابات مجلس الشعب لعام ١٩٨٧ ؟ "

أهداف الدراسة :

يمكن تحديد أهداف الدراسة فى مجموعة من التساؤلات يستهدف البحث الاجابة عليها:

- ١- ما مفهوم الرأى العام المحلى؟
- ٢- ما خصائص الرأى العام المحلى؟

- ٣- ما مقومات الرأى العام فى المجتمع المخلئ ؟
- ٤- ما الأبعاد المختلفة للعلاقة التأثيرية بين الصحافة والرأى العام ؟
- ٥- ما أدوات الصحف فى التأثير على الرأى العام المخلئ ؟
- ٦- ما العوامل التى يتوقف عليها مدى تأثير الصحافة على الرأى العام المخلئ ؟
- ٧- ما تأثير كل عنصر من عناصر الإتصال فى الصحافة المصرية على الرأى العام المخلئ بسوهاج ازاء قضية الإنتخابات ؟
- ٨- هل هناك إختلاف فى حجم التأثير الذى أحدثته كل صحيفة مصرية على الرأى العام المخلئ بسوهاج ازاء قضية الإنتخابات ؟
- ٩- ما الفرق بين تأثير كل الصحف المصرية القومية والصحف المصرية الحزبية المعارضة على الرأى العام المخلئ بسوهاج ازاء قضية الإنتخابات ؟

## نوع الدراسة :

ان هذا البحث ينتمى إلى البحوث الوصفية التى تستهدف إكتشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة الواردة فى موضوع البحث من خلال الدراسة الارتباطية لهذه المتغيرات .

## منهج الدراسة :

### ١- منهج المسح الميدانى :

ويستخدم الباحث هذا المنهج فى مسح الرأى العام المخلئ فى محافظة سوهاج للتعرف على أهم خصائص مجتمع الدراسة ومدى اقبال مفرداته على قراءة الصحف والموضوعات الصحفية التى يفضلون قراءتها ومدى معرفتهم عن قضية الإنتخابات ( موضع تطبيق الدراسة الميدانية ) وكذلك أهم المصادر الإعلامية التى اعتمدوا عليها فى المعلومات التى عرفوها عن الانتخابات ، ومدى أهمية الإنتخابات عندهم وأسباب هذه الأهمية ومدى تأثير آرائهم تجاه الأحزاب المشاركة فى الإنتخابات ، ومدى إعجابهم بالصحفيين والكتاب الذين كتبوا عن الإنتخابات ، وكذلك مدى تأثيرهم بأسلوب الصحف وأشكال التحرير

المختلفة ومدى معرفتهم لشعارات الاحزاب التى روجت لها الصحف فى الانتخابات وكذلك معرفة آرائهم فى بعض المقولات التى اختلفت حولها الصحف القومية مع صحف المعارضة .

## ٢- منهج دراسة العلاقات المتبادلة :

وذلك لتحديد نوعية العلاقة بين الصحافة والرأى العام ، ومدى الارتباط بين المتغيرات المختلفة فى عملية تأثير الصحف على الرأى العام ونوعية هذا الارتباط .

## أداة الدراسة :

١- وهى هنا صحيفة الاستقصاء المقنن بالمقابلة الشخصية ، واشتملت هذه الصحيفة على مجموعة من الاسئلة المحدودة والمعدة مسبقا وقد تم تطبيقها بالمقابلة الشخصية مع الباحثين .

٢- الملاحظة البسيطة التى لايتدخل فيها الباحث وقد حصل من خلالها الباحث على انطباعات ومعلومات لم تكن فى امكان صحيفة الاستقصاء ان تعكسها او تسجلها أبدا وقد استند الباحث على هذه المعلومات فى تفسير وتبرير نقاط عديدة فى البحث الميدانى .

## عينة الدراسة :

اعتمد الباحث فى طريقة اختياره للعينة على العينة الطبقية العشوائية حيث تم تقسيم مجتمع الدراسة الى أماكن مختلفة مثل الهيئات والمصالح الحكومية والمدارس والكليات ودور العبادة والناقبات بحيث يمثل كل مكان فئة أو طائفة معينة من المجال البشرى للدراسة وتمثل كل فئة مجموعة من الافراد المتقاربين أو المتجانسين فى عدة خصائص كنوع الوظيفة أو المستوى التعليمى أو الانتماء النقابى وهى صفات ذات صلة بموضوع البحث حيث بناء عليها تم اختيار اطار العينة .

## نتائج الدراسة :

- ١- ان الصحافة تقارن من خلال المضمون الصحفى الذى تقدمه تأثيرا فى رأى العام الخلى هذا التأثير يفوق تأثير أى وسيلة اتصال اخرى سواء كان هذا فى مجال تزويد الافراد بالمعلومات أو فى مجال التأثير على آرائهم الا ان هذا التأثير يكون فى المجال المعرفى أقوى من المجال الاقناعى .
- ٢- ان ما يتميز به القائم بالاتصال الصحفى من صفات وما يتوفر فيه من شروط - أهمها ثقافته وثقة الجمهور فيه والتزامه بالصدق والدقة والموضوعية فى كتاباته - يلعب دورا هاما ضمن عناصر الاتصال الصحفى الاخرى فى التأثير على رأى العام فى كل من المجال المعرفى والمجال الاقناعى .
- ٣- ان التحرير الصحفى باعتباره أحد عناصر الاتصال الصحفى يلعب دورا هاما ضمن العناصر الاخرى فى التأثير على رأى العام سواء فى مجال إمداد الجمهور بالمعلومات أو فى مجال التأثير على آرائه ازاء القضايا التى تهمة .
- ٤- ان الاسلوب باعتباره أحد عناصر الاتصال الصحفى يلعب دورا مساعدا ضمن العناصر الأخرى فى التأثير على رأى العام سواء فى مجال امداد الجمهور بالمعلومات او فى مجال التأثير على آرائه ازاء القضايا التى تهمة .
- ٥- ان فن الكاريكاتير الصحفى باعتباره احد جوانب المحتوى الصحفى يلعب دورا هاما ضمن عناصر الاتصال الصحفى الاخرى فى التأثير على رأى العام الخلى سواء فى مجال امداد الجمهور بالمعلومات أو فى مجال التأثير على آرائه ازاء القضايا التى تهمة .
- ٦- تفوق صحف الاحزاب المعارضة على صحف الاهرام والاعلام والجمهوريه ومايو فى التأثير على رأى العام الخلى خلال الحملة الانتخابية .
- ٧- ان خصائص الجمهور باستثناء خاصية الدخول تعد من العوامل المتداخلة فى عملية تأثير الصحافة على رأى العام الخلى فى كل من المجال المعرفى والمجال الاقناعى .

## التوصيات :

- ١- الاهتمام بدراسة الرأى العام الخلى وخصائصه ونوعية القضايا والمشكلات التى تواجهه ثم التعرف على أفضل الاساليب والوسائل لمواجهة ومعالجة هذه المشكلات وذلك انطلاقا من أهمية الرأى العام الخلى باعتباره جزءا لا يتجزأ من الرأى العام الوطنى .
- ٢- ضرورة أن يلتزم الصحفى بعنصر الصدق فى كل ما يقدم للقراء حيث توصلت الدراسة الميدانية الى أن اقوى الاسباب التى تدفع الى القراءة لصحفى دون آخر هو اتسامه بالصدق والموضوعية فى كتاباته وثقة الجمهور فيه .
- ٣- العناية الفائقة بالعمود الصحفى نظرا لما له من تأثير عميق وطويل الأمد على القراء فضلا عن أنه يقيم علاقة يومية بين القارئ وكاتب العمود من ناحية ، والقارئ والجريدة من ناحية أخرى .
- ٤- ضرورة أن تعيد المؤسسات الصحفية النظر فى اسلوب معالجتها للقضايا وتحاول تحسين هذا الاسلوب وجعله أسلوبا تربويا حيث توصلت الدراسة الميدانية الى أن ٤٠ ٪ من اجمالى عينة الدراسة لا تعجبهم أساليب كل من الصحف القومية والصحف الحزبية أيضا .
- ٥- ضرورة أن تعدل الصحف القومية عن سياستها المنحازة للحكومة باعتبارها صحفا قومية محايدة تخدم وتعبر عن كل الاتجاهات الموجودة فى المجتمع حيث توصلت الدراسة الى أن هناك خلطا واضحا بين الصحف القومية وصحيفة مايو كما توصلت الى أن نسبة كبيرة من الفئات المستتيرة تعتقد أن الصحف القومية مملوكة للحزب الوطنى الديمقراطى الحاكم وليس لمجلس الشورى .
- ٦- ضرورة أن تعدل صحف المعارضة عن اتباعها لأساليب الاثارة والمبالغة حيث بلغت نسبة الذين يهتمون صحف المعارضة بهذه الاساليب ٦٧ ٪ .

# المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية

## دراسة تحليلية

لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتى الأهرام والأهالى

خلال الفترة من ١٩٧٨ - ١٩٨٧

اسم الباحث : عزه عبد العزيز عبد اللاه .

الدرجة العلمية : ماجستير .

اشراف : أ.د/ محمد منير حجاب . د/ سهام نصار .

مسنة المنح : ١٩٩٢ م .

---

### مشكلة الدراسة :

تكمن مشكلة الدراسة فى التعرف على ما اذا كانت الصحافة المصرية تقوم بمسئوليتها الاجتماعية أم لا وما حدود هذه المسئولية وحجمها فى الانشطة الاجتماعية المختلفة وما المجالات التى يرتفع أو ينخفض فيها اداء المسئولية الاجتماعية لهذه الصحف ، وأى من صحف الدراسة تقوم بمسئوليتها اكثر من الاخرى ، ولما كانت جريدتى الاهرام والاهالى هما موضوع الدراسة التطبيقية فانه يمكن صياغة المشكلة البحثية فى تساؤل هو :

" الى أى مدى التزمت كل من جريدة الاهرام وجريدة الاهالى فى القيام بمسئوليتها الاجتماعية كما وكيفا فى الانشطة الاجتماعية المختلفة ( السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية ) خلال فترة الدراسة " .

## أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة الى الاجابة عن التساؤلات الاتية :

- ١- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية للصحف من خلال فئة أهداف الصحيفة وهل التزمت صحيفتا الاهرام والاهالى بمسئوليتهما من خلال هذه المؤشرات .
- ٢- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية للصحف من خلال فئة القيم التى تعكسها الصحيفة وهل التزمت صحيفتا الاهرام والاهالى بمسئوليتهما من خلال هذه المؤشرات .
- ٣- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية للصحف من خلال فئة وظائف الصحيفة وهل التزمت صحيفتا الاهرام والاهالى بمسئوليتهما من خلال هذه المؤشرات .
- ٤- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية من خلال فئة أساليب الاقتناع المستخدم .
- ٥- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية من خلال فئة اشكال التحرير المستخدم .
- ٦- ما مؤشرات قياس المسؤولية الاجتماعية من خلال فئة المصادر .
- ٧- ما المعوقات المختلفة التى تواجه الصحف فى اداء مسئوليتها الاجتماعية والى اى مدى أثرت هذه المعوقات فى اداء كل من صحيفتا الاهرام والاهالى .

## نوع الدراسة :

تنتمى هذه الدراسة الى الدراسات الوصفية التى تستهدف تصنيف البيانات والحقائق وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً لاستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها .

## المناهج المستخدمة :

- ١- المنهج البنائى الوظيفى .
- ٢- منهج المسح الاعلامى من خلال مسح مضمون عينة من جريدتى الاهرام والاهالى .

٣- المنهج المقارن : وذلك بمقارنة جريدة الاهرام بجريدة الاهالى ومقارنة المجالات الأربعة (السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ) بعضها ببعض فى الصحيفة الواحدة ، بغرض التوصل الى :

- أى الصحفتين أكثر التزاما بالمسئولية الاجتماعية من الأخرى .
- أى المجالات التى يرتفع فيها التزام الصحيفة بمسئوليتها الاجتماعية من بين المجالات الأخرى .

### أدوات جمع البيانات

اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون لتحليل محتوى جريدتى الاهرام والاهالى خلال فترة الدراسة وتحليل أسلوب معالجتهما للوظائف فى المجالات الأربعة .

وذلك من خلال استمارة تحليل المضمون التى صممها الباحثة لتحقيق أهداف الدراسة كما اعتمدت على المقابلة الشخصية غير المقتنة مع عديد من أساتذة التربية والاجتماع والفلسفة والعلوم السياسية والاعلام .

### عينة الدراسة :

وقع اختيار الباحثة على الفترة الزمنية من فبراير ١٩٧٨ حتى ديسمبر ١٩٨٧م وتم اختيار العدد الاسبوعى للاهرام لانه أكثر الاعداد توزيعا ، ولان صحيفة الاهالى صحيفة أسبوعية لتحقيق التكافؤ بين الصحفتين ، واختيرت العينة بطريقة عشوائية منتظمة حيث اختير العدد الأول عشوائيا وكان الاسبوع الثالث من شهر فبراير ١٩٧٨م وكان العدد الثانى الاسبوع الرابع من شهر مارس وهكذا . .

### أهم نتائج الدراسة :

كشفت الدراسة عن وجود ثلاثة مؤشرات لقياس المسئولية الاجتماعية للصحافة وهى:

١ - الكم .



٢ - التنوع .

٣ - ترتيب الاولويات .

ومن خلال مؤشر الكم كانت نتائج الدراسة كما يلي :

- ان جريدة الاهالى اكثر تحملا لمسئوليتها الاجتماعية من جريدة الاهرام فى المجالين السياسى والاقتصادى .
- بينما الاهرام أكثر تحملا لمسئوليتها الاجتماعية من الاهالى فى المجالين الاجتماعى والثقافى .
- ان المسئولية الاقتصادية لجريدة الاهرام هى أكثر مسئولياتها من حيث ترتيب الاهتمام تليها المسئولية السياسية ثم الاجتماعية ثم الثقافية وذلك من مجموع أهداف وقيم ووظائف الاهرام فى المجالات الأربعة .
- ان المسئولية السياسية لجريدة الاهالى هى أكثر مسئولياتها من حيث ترتيب الاهتمام تليها الاقتصادية ثم الثقافية ثم الاجتماعية .
- تساوت كل من الاهرام والاهالى فى المسئولية الاجتماعية فى المجال السياسى حيث لم تهمل كل منها أى وظيفة سياسية من الوظائف البالغ عددها سبعة عشر وظيفة .
- ضرورة التنوع فى استخدام أشكال التحرير حتى لا يعمل القارئ من مطالعة خط تحريرى واحد ، كما أن التنوع يعكس أسلوب الحملات الصحفية والتغطية الصحفية الجيدة حيث يتيح للصحيفة تقديم الفكرة بأكثر من شكل .
- تساوت كل من الاهالى والاهرام فى المسئولية الاجتماعية فى المجالات الاربعة حيث نجحت كل منهما فى الاعتماد على نوعية الاساليب المنطقية بشكل أساسى بينما جاء الاعتماد على الاساليب العاطفية ضعيف جدا فى المجالات الاربعة .
- هناك معوقات أثرت على جريدتى الاهرام والاهالى فى اداء المسئولية الاجتماعية من أبرزها : الاعلان - سياسة التحرير - ملكية الصحيفة - علاقة الصحافة بالسلطة - الامكانيات المادية .

## أهم التوصيات :

- ينبغي أن يقوم المجلس الاعلى للصحافة ونقابة الصحفيين بتحديد وتوضيح مسئوليات الصحف المصرية تجاه المجتمع وعلى ضوء ظروفه وأوضاعه التاريخية والآنية والمستقبلية
- ضرورة أن يعاد النظر فى بناء الصحفى اجتماعية وثقافيا .
- ضرورة العمل على تلاشى معوقات الصحف المصرية سواء الخاصة بعلاقاتها بالسلطة أو القوانين المقيدة للحريات أو بجهلها باحتياجات الجماهير .
- ضرورة الموازنة فى الاهتمام بالوظائف فى المجالات الأربعة ( سياسية - ثقافية - اقتصادية - اجتماعية ) فلا تغفل جوانب على حساب الاهتمام بجوانب أخرى .

دور الإعلام الإقليمي  
في تنمية المجتمع المحلي  
دراسة تطبيقية  
على إذاعة شمال الصعيد والصحف المحلية  
التي تصدر في الإقليم

اسم الباحث : محمد زين عبد الرحمن رستم .

الدرجة العلمية : ماجستير .

إشراف : د.أ/ عبد الوهاب أحمد كحيل . د. محمد مصطفى حبشى .

سنة المنح : ١٩٩٤ م .

---

مشكلة الدراسة :

تتلور مشكلة هذه الدراسة فى التعرف على دور الإعلام الإقليمى بشقيه ( المسموع والقروء ) فى التنمية المحلية فى إقليم شمال الصعيد .

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم الإعلام الإقليمى الموجود بإقليم شمال الصعيد بوسائله المختلفة وذلك للتعرف على مدى امكانية تحقيقه لأهداف التنمية بالنسبة

للمجتمعات المحلية ، حتى يمكن الاسترشاد بذلك فى وضع خطة للإعلام الإقليمى لتحقيق التنمية بالنسبة للمجتمعات المحلية .

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم وضع التساؤلات التالية :

- ما حجم اهتمام اذاعة وصحف شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية فى الاقليم ما أولويات قضايا التنمية المحلية ( الاجتماعية - الاقتصادية - السياسية - الثقافية ) فى اذاعة وصحف شمال الصعيد ؟
- ما الأشكال الإذاعية والصحفية التى استخدمتها اذاعة وصحف شمال الصعيد فى عرض قضايا التنمية المحلية ؟
- ما وسائل الأبراز التى استخدمتها اذاعة وصحف شمال الصعيد فى عرض قضايا التنمية المحلية ؟
- ما اتجاهات اذاعة وصحف شمال الصعيد تجاه التنمية المحلية ؟

## نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات :

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تستهدف تصنيف البيانات والحقائق التى تم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلًا شاملاً واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية تعميمات بشأن دور الإعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى الذى يقوم الباحث بدراسته .

. وبالنسبة للمنهج المستخدم فى هذه الدراسة فهو منهج تحليل المضمون وقد استخدمه الباحث فيما يختص بالصحف الإقليمية الصادرة فى شمال الصعيد فى الفترة الزمنية المحددة حيث قام بتطبيق استمارة الدراسة التحليلية على جميع أعداد الصحف الصادرة فى الإقليم فى فترة الدراسة .

واستخدم الباحث المنهج ذاته لإذاعة شمال الصعيد حيث تم اختيار ثلاثة دورات إذاعية من بين اثنتى عشره دورة إذاعية قدمتها الإذاعة فى السنوات الثلاث مجال البحث ، وذلك فى محاولة لدراسة دور الإعلام الاقليمى فى تنمية المجتمع المحلى .

### عينة الدراسة :

وقد تم اختيار إذاعة شمال الصعيد لأنها الإذاعة الإقليمية الوحيدة التى تعبر عن الإقليم ولا يوجد أى اذاعات أخرى فى الإقليم . وتم أخذ عينة عشوائية منتظمة من الدورات الإذاعية بإذاعة شمال الصعيد من بين اثنتى عشرة دوره إذاعية أذاعتها الإذاعة فى ثلاث سنوات هى ٩٠ ، ٩١ ، ١٩٩٢ بواقع دورة إذاعية كاملة فى كل عام .

كما تم اختيار البرامج التى احتوت عليها هذه الدراسة من بين تلك الدورات عن طريق عمل مسح شامل لها أدى إلى استخراج البرامج التى تتعرض لقضايا التنمية لتكون عينة التحليل الخاصة لهذه الدراسة .

وبخصوص عينة الصحف فقد وقع اختيار الباحث على صحف ( أخبار بنى سويف - صوت المنيا - صوت أسيوط - الفيوم ) لإجراء الدراسة التحليلية عليها لعدة أسباب :

- ان هذه الصحف هى التى تصدر فى الإقليم .
- ان هذه الصحف تنسم بالدورية والثبات واستمرار الصدور إلى حد كبير وكل ما عداها مجرد نشرات تظهر ثم تتوقف لتظهر غيرها لتتوقف بدورها وهكذا .

وبالنسبة للفترة الزمنية فقد وقع اختيار الباحث على الفترة الزمنية من ١٩٩٠/١/١ وحتى ١٩٩٢/١٢/٣١ وذلك لأنها السنوات التى بدأ فيها تنفيذ خطة التنمية المحلية فى إقليم شمال الصعيد .

## خطة الدراسة :

هذا وقد تم تقسيم الدراسة إلى عدة فصول :

الفصل الأول : تناول الاجراءات المنهجية للدراسة .

الفصل الثانى: تحدث عن أهمية الاعلام الاقليمى وعن الإذاعات الاقليمية نشأتها وتطورها وأهميتها والدور المتوقع منها . وأيضا عن الصحف الاقليمية نشأتها وتطورها وأهميتها وأهدافها والدور المتوقع منها . .

الفصل الثالث: وتعرض فيه الباحث لدور الاعلام الإقليمى فى تنمية المجتمع المحلى سواء كان إعلاما إذاعيا أو صحفيا ودور كل من الإذاعة والصحافة فى التنمية بجوانبها المتعددة .

واشتمل الفصل الخامس : على الدراسة التطبيقية :

أولا : على الإذاعة المحلية (إذاعة شمال الصعيد)

ثانيا : على الصحف المحلية الموجودة بالإقليم .

أما الفصل السادس والأخير : فقد حوى نتائج الدراسة وتوصياتها .

## نتائج الدراسة :

بالنسبة للإذاعة :

١- تنخفض نسبة البرامج التى تتعرض لقضايا التنمية المختلفة من حيث المدة الزمنية المقدمة بالنسبة إلى طول فترات الإرسال بينما ترتفع نسبة البرامج التى تتعرض لقضايا التنمية المحلية بالنسبة للبرامج العامة حيث بلغت هذه النسبة ٢٤,١٪ بالنسبة إلى فترات الإرسال ٥٣,٥٪ بالنسبة إلى البرامج المداعة .

٢- ثبات ترتيب اهتمامات إذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية المختلفة خلال الدورات الإذاعية الثلاث حيث احتلت التنمية الثقافية المركز الأول فى الدورات الثلاث فالاجتماعية والاقتصادية وأخيرا التنمية السياسية .

٣- وجود برامج إذاعية تتناول قضايا التنمية المحلية بشكل عام وغير متخصصة بمعنى أن البرنامج الواحد يتضمن فى تناوله لقضايا التنمية أكثر من جانب فى الحلقة الواحدة اجتماعيا وسياسيا واقتصاديا وهذا يؤدى الى التكرار والعشوائية فى التقديم .

٤- ارتفاع نسبة اهتمام إذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية الثقافية وكانت هذه النسبة فى الدورات الثلاث ٢٥,١١ ٪ ، كما ترتفع أهمية موضوعات التوعية والشئون الدينية بإذاعة شمال الصعيد حيث بلغت نسبة تكرار الموضوعات الدينية فى قضايا التنمية الثقافية ٥٢,٨٩ ٪ وهذا يدل على اهتمام زائد بتلك الموضوعات والتي زادت نسبتها عن ضعف نسبة كل موضوعات التنمية الثقافية الأخرى .

٥- اهمال إذاعة شمال الصعيد لقضايا المرأة والأسرة حيث لم تزد نسبة الاهتمام بتلك القضايا عن ٥,١٩ ٪ من نسبة الاهتمام بقضايا التنمية الاجتماعية .

٦- تحتل التنمية السياسية المركز الأخير فى اهتمامات إذاعة شمال الصعيد بقضايا التنمية المحلية وشكلت هذه النسبة ٩,٨٧ ٪ من نسبة برامج التنمية وهى نسبة منخفضة قياسا بأهمية التنمية السياسية التى يحتاجها الاقليم .

بالنسبة للصحف :

• عدم اهتمام الصحف الاقليمية التى تصدر فى اقليم شمال الصعيد بموضوعات وقضايا التنمية المختلفة حيث لا تمثل مساحتها فى أى الأحوال أكثر من ٣٣,٢٢ ٪ من جملة المساحة الكلية لأكثر تلك الصحف اهتماما بقضايا التنمية وهى صحيفة

صوت النيا ، وهذا يعنى ضرورة الاهتمام بتخصيص مساحات أكبر من تلك الصحف للموضوعات الخاصة بقضايا التنمية المحلية .

- زيادة اهتمام الصحف الإقليمية لشمال الصعيد بقضايا التنمية السياسية حيث احتلت المركز الأول في اهتمامات صحف الدراسة بقضايا وموضوعات التنمية المختلفة حيث بلغت نسبة هذا الاهتمام ٢٣,٩٥٪ من نسبة المساحة الخاصة بموضوعات التنمية . ومع ذلك انخفضت نسبة الاهتمام بموضوع التوعية السياسية حيث لم يحظ هذا الموضوع رغم أهميته إلا بنسبة ٥,٤٤٪ من نسبة الاهتمام بقضايا التنمية السياسية .

- زيادة الاهتمام بموضوعات وقضايا التنمية الثقافية على الاهتمام بالموضوعات الاجتماعية حيث بلغت نسبة الاهتمام بقضايا التنمية الثقافية ٢٨,٣٦٪ من حيث المساحة و ٣٠,٣٧٪ من حيث تكرار ظهور موضوعاتها على صحف الدراسة .





رسائل الدكتوراة فى الإعلام  
من قسم الصحافة  
بكلية الآداب بسوهاج



# العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار

## دراسة تطبيقية على حراس البوابة

### وانتقاء الأخبار فى راديو القاهرة

اسم الباحث : يوسف يعقوب مرزوق .

الدرجة العلمية : دكتوارة .

الإشراف : د.أ/ إبراهيم إمام . د.أ/ محمود حلمى مصطفى .

سنة المنح : ١٩٨١ م .

---

#### مشكلة الدراسة وأهدافها :

مشكلة هذه الدراسة تتحدد فى محاولة الإجابة على سؤال يمكن صياغته على النحو التالى: ما العوامل التى تؤثر على القائمين بالأخبار فى الإذاعة مع التطبيق على القائمين بالعمل الإخبارى فى راديو القاهرة ؟ وتهدف بهذا التعرف على العوامل التى تحكم فى عملهم وخاصة عند انتقاءهم للأخبار والهدف من هذه الدراسة هو التوصل إلى معرفة أى العوامل التى قد تؤدى إلى حجب بعض الأخبار وعدم إذاعتها أو تلوينها والانحراف بها عن موضوعيتها .

وتبدو أهمية هذا الموضوع للدراسة من النظر إلى الراديو كوسيلة إعلامية ، وخصائص هذه الوسيلة فمنذ الأيام الأولى للراديو والأخبار تشكل جانباً له أهميته من

بين ما يقدمه من انتاج ، بل كانت نشرة الاخبار من المواد الأولى التى قدمت فى محطات الإذاعة بعد اكتشافها .

### نوع الدراسة ومنهجها وأداتها :

تعد هذه الدراسة وصفية دراسة وقد استخدم الباحث منهج المسح الميدانى على القائمين بالاتصال فى راديو القاهرة من مندوبين ومراسلين ومترجمين للاخبار ومحررين للاستماع السياسى وكذلك المحررين ورؤساء التحرير المسئولين عن النشرات وإعدادها .

كما استخدم الباحث منهج المسح التحليلى لتحليل مضمون انتاج حراس البوابة وهو نشرات الأخبار الرئيسية التى تداغ يوميا من خلال فترة زمنية محددة .

وكانت أداة جمع البيانات فى هذا البحث استمارة استقصاء للمسح الميدانى واستمارة تحليل مضمون للنشرات الإخبارية .

### خطة الدراسة :

وتنقسم الدراسة إلى جزئين جزء نظرى ويشمل الفصول الآتية :

الفصل الأول : ويتناول الخدمة الاخبارية فى الاذاعة الصوتية بصفة عامة .

الفصل الثانى : حراس البوابة .

الفصل الثالث : أهمية الإذاعات الصوتية إخباريا .

الفصل الرابع : مصادر الأخبار للإذاعة الصوتية.

الفصل الخامس : صالة التحرير فى الإذاعة الصوتية

أما الجزء الثانى فيشمل الدراسة التطبيقية على القائمين على الأخبار فى راديو

القاهرة .

الفصل السادس : مضمون الإنتاج الإعلامى .

الفصل السابع : الدراسة الميدانية على القائمين بالأخبار فى راديو القاهرة .

الفصل الثامن : نتائج وتوصيات الدراسة .

### أهم نتائج الدراسة :

أولا : بالنسبة للدراسة الميدانية على حراس البوابة فى راديو القاهرة :

١- أن هناك عوامل تؤثر على القائمين بالأخبار فى راديو القاهرة يمكن تقسيمها إلى

عوامل رئيسية ثلاثة هى :

أ - العوامل السياسية والاجتماعية التى بدأت بتدخل الحكومة من خلال جهاز الرقابة والتدخل بالتعليمات والتوجيهات فى حجرة الأخبار وكذلك مدى ارتباط الأخبار فى الإذاعة بالنظام الاجتماعى والأهداف الاجتماعية التى كثيرا ما تنحرف بالعملية الإخبارية عن طريقها كإعلام إلى محاولة الحفاظ على القيم الاجتماعية التى ارتضاها المجتمع وهى فى النهاية مرتبطة بالنظام السياسى فى الدولة .

ب - العوامل التى تتعلق بالضغوط المهنية والقيم الشخصية للقائمين بالأخبار والتى اتضحت من الدراسة الميدانية فى شكل ضغوط حجرة الأخبار والقيم السائدة فيها وأسلوب العمل بداخلها والنمط الفكرى الواحد المتكرر الذى يجعل من القائمين بالأخبار أعضاء واقع بيروقراطى يسود العمل الإخبارى فى راديو القاهرة .

ج- العوامل المادية والفنية ( الامكانيات ) التى تؤثر فى العمل الإخبارى وقد اتضح مدى قصور هذه الإمكانيات وضعفها وتأثيرها على أسلوب العمل وقصوره فى أداء العملية الإخبارية .

- ٢- يتساوى الثواب والعقاب بين القائم بالأخبار وموظف الحكومة ، فالعلاوات دورية والترقيات بالأقدمية والخوافز لا مكان لها وإن وجدت فأساس الاختيار لها رئيس إدارى قد يجانبه الصواب كرئيس إدارى .
- ٣- يسود بين جميع القائمين بالأخبار شعور بالالتزام واحترام الرؤساء والزملاء القدامى .
- ٤- وضع القائمين بالأخبار بالنسبة لزملائهم العاملين بالإذاعة خاصة فى البرامج والمنوعات يجعلهم يعتبرون أنفسهم من الصفوة فى العمل الإذاعى من حيث كونهم مسئولين عن الشئون السياسية والعمل السياسى والإخبارى .
- ٥- تشكل الضغوط المهنية والاعتبارات الميكانيكية والزممية نوعا من القلق والتوتر الناجم عن ملاحقة الأحداث والمنافسة فى الحصول على الأخبار ومتابعتها ، إلا أن الدراسة أثبتت أن الضغوط المهنية على القائم بالأخبار فى الإذاعة أقوى وأشد لارتباط هذه الضغوط باعتبارات ميكانيكية تتعلق بالإذاعة كوسيلة إعلامية لها خصائصها التى تتميز بها عن الصحافة .
- ٦- أجمع جميع القائمين بالأخبار على مدى تأثير النقص الفنى والمادى والامكانيات اللازمة على عملهم بحيث كثيرا ما تكون هذه الإمكانيات سببا فى القصور الذى يشوب إنتاجهم .

### أهم التوصيات :

- ١- إعطاء الحرية للقائمين بالأخبار فى راديو القاهرة لتقدم جميع الأخبار دون خوف أو مسئولية إلا فى حالة ما يسمى الكيان الاجتماعى .
- ٢- إعطاء القائمين بالأخبار حق تقديم الأخبار مهما كانت وألا يسقطوا حدثا هاما من نشراتهم خوفا من الحساسيات والعقاب .
- ٣- منح القائمين بالأخبار حرية اتخاذ القرار فى إذاعة جميع الأحداث على الهواء مباشرة دون التقييد بمواعيد النشرات وذلك لإذاعة الحدث الهام فورا .

- ٤- تحرير القائمين بالأخبار من جميع اللوائح الحكومية ومن البيروقراطية فى الجهاز الإدارى فى الدولة من حيث التعيين والأجر والحوافز والترقيات .
- ٥- استعمال شبكة المراسلين المحليين بالمحافظات والموافقة على تعيين مراسلين فى العواصم المختلفة .



# البرامج الإخبارية ودورها فى التنمية

دراسة تطبيقية على إذاعة ( ج . م . ع )

اسم الباحث : عبد الصمد محمد دسوقي .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

أشرف : أ.د/ محمود حلمى مصطفى . أ.د/ ابراهيم امام محمود .

سنة المنح : ١٩٨٢ م .

---

## مشكلة الدراسة وأهدافها :

ليس هناك أدنى شك فى أن وسائل الإعلام مرقّوه كانت أو مسموعة أو مرئية تلعب دورا هاما فى تشكيل حياة الفرد والمجتمع ، وبصفة خاصة فى المجتمعات النامية . وإذا كانت هذه الوسائل تتكامل فى تأدية خدماتها الإعلامية والثقافية فإن لكل منها تأثيرها الخاص فى هذه المجتمعات .

وهذه الدراسة ستعنى بالدور الإعلامى الذى تضطلع به الإذاعة الصوتية ( الراديو ) فهذه الوسيلة تعتبر من أخطر وسائل الاتصال الجماهيرى فى مجتمعاتنا النامية حيث تنتشر الأمية ويسود التخلف وتسير الحياة وفق تقاليد ومعتقدات باليه تقف حائلا دون النهوض بهذه المجتمعات وتطويرها .

والبرامج الإخبارية التي تبثها الخدمات الإذاعية المختلفة إذا ما أحسن إعدادها وتقديمها تستطيع أن تساهم بدور فعال في تنمية الوعي لدى مستمعي هذه الخدمات وبالتالي يمكنهم العمل على تطوير أساليب حياتهم نحو الأفضل والمساهمة في حل مشاكلهم .

والمقصود بالبرامج الإخبارية هو كل ما تبثه الإذاعة الصوتية من مواد إخبارية مختلفة وإن كانت سياسية بالدرجة الأولى ، ويقصد بالتنمية هنا تنمية الوعي لدى المستمعين عن طريق هذه البرامج . أو بعبارة أخرى الدور الإعلامي الذي تضطلع به هذه البرامج .

وتهدف هذه الدراسة إلى تقييم هذا الدور بالنسبة لإذاعات القاهرة العربية التي يفرض أن تكون قد قطعت شوطا كبيرا في هذا المجال . وذلك من خلال الإجابة عن سؤال محدد هو : ( هل تسعى الخدمات الإخبارية لإذاعات القاهرة إلى تحقيق رسالة محددة مستخدمة في ذلك أساليب ملائمة ) والمقصود بالرسالة هنا الدور الإعلامي لهذه الخدمات في المجتمع المصري .

### منهج البحث :

يعتمد البحث على منهج المسح الميداني بخطواته التقليدية المعروفة والتي تبدأ بجمع البيانات وتسجيلها ثم تصنيفها وتحليلها وعرضها . وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة أسلوب البحث الشامل دون العينة لأن مجال البحث كله لا يتعدى المسؤولين عن الخدمات الإخبارية في الإذاعة ، وقد وضح من حصرهم أن عددهم الإجمالي لا يتعدى الثمانية والثلاثين شخصا وهو عدد يستطيع الباحث بإمكاناته المحدودة دراسته كله .

### أداه البحث :

استخدم الباحث هنا كأداه لجمع البيانات ، صحيفة الاستقصاء وقد صممت وتم اختبارها طبقا للأصول العلمية ، وقد عدلت بعض الأسئلة وغيّرت صياغة بعضها الآخر في ضوء اختبار الصياغة ، كما أضيفت أسئلة أوضح الاختبار ضرورة توجيهها لأفراد البحث وجمعت بيانات الاستمارة بطريقة المقابلة المباشرة بين الباحث وبين رجال الأخبار المسؤولين

أفراد مجتمع الدراسة بهدف استطلاع آرائهم وأفكارهم فى العمل الذى يقومون به ، وأسلوب تنفيذهم هذا العمل وقد فضلت طريقة المقابلة عن الاستبيان لما فى المقابلة من مزايا تشجيع فرد البحث على الإجابة ، وإتاحة الفرصة لتفسير الأسئلة ، ولضمان استكمال بيانات الصحيفة .

### المجال الزمنى :

بدأ الإعداد لهذا البحث فى بداية شهر مايو ١٩٨٠م وقد اقتضى الأمر اجراء دراسة استطلاعية قام الباحث خلالها باجراء مسح لأسلوب الممارسة ومقابلة ومعايشة أفراد مجتمع الدراسة أثناء عملهم فى فترات مختلفة .

ولا يستطيع الباحث انكار الصعوبات التى واجهته فى ميدان البحث سواء ما يتعلق بالتردد فى الإجابات لدى بعض المبحوثين أو الأنماط الجامدة التى تسيطر على جو العمل والطريقة التقليدية التى يمارس بها .

### أهم نتائج الدراسة :

وكانت أهم النتائج التى انتهت إليها الدراسة كما يلى :

بالنسبة للخدمات الإخبارية المقدمة من البرنامج العام أو الشبكة الرئيسية :

من حيث الخدمات الإخبارية تحتل المرتبة الثانية من حيث ساعات الارسل بالنسبة للإذاعات العربية كما أنها لاتزال تقدم فى أشكالها الفنية المعهودة . . وعن مضمونها فهى لاتخرج عن النطاق الذى حددته الدولة لها محليا وعربيا ودوليا .

ولقد اثبتت الدراسة أن معيار اختيار الخبر يرجع إلى اعتبارات أخرى وليس لأهميته بالدرجة الأولى ، فأهمية الخبر تراعى فقط بالنسبة للأخبار التى لا تشكل إذاعاتها خطورة على النظام السياسى للدولة ولا على الهيكل الاجتماعى للشعب . . ودور الخبر فى هذا الشأن يستمد من سلسلة التعليمات والتوجيهات التى تحكم عمله ، وفيما عدا ذلك

فاختيار الأخبار يخضع لأنماط سائدة متعارف عليها وفي النهاية تأتي خلفية المحرر السياسية وخبرته .

وتراعى في تحرير الأخبار أصول تحرير الخبر الإذاعي بقدر الإمكان وتصل عملية توجيه الأخبار وتلويها إلى الحد الذى يتفق والخط السياسى للدولة وبما لا يتعارض مع أهدافها الداخلية والخارجية .

وبالنسبة لمصادر الأنباء : أثبتت الدراسة أن نشرة الأخبار تعتمد على المندوبين ووكالة أنباء الشرق الأوسط بالنسبة للأخبار المحلية – أما الأخبار العالمية فتحصل عليها الوكالات العالمية للأنباء ومن الاستماع السياسى .

أولاً : احترام الوقت المحدد لنشرة الأخبار :

أثبتت الدراسة أنه فى أغلب الأحيان يراعى الوقت المحدد لنشرة الأخبار ولكن يحدث أحيانا أن تتجاوز النشرة هذا الوقت خصوصا إذا كانت هناك أنباء ذات طبيعة خاصة مثل خطب وأحاديث رئيس الجمهورية وأنباء مجلس الوزراء .

ثانيا : الخدمات الإخبارية المقدمة من صوت العرب ( الشبكة العربية ) .

يتلقى قسم الأخبار والشئون السياسية بصوت العرب الأخبار مترجمة وفى صياغتها النهائية من الأخبار المركزية بالإذاعة .

ويبدو واضحا من إجابات مجموعة الدراسة ومن خلال مراجعتنا لمضمون المادة الإخبارية وصوت العرب أن قضية الشرق الأوسط تأخذ النصيب الأوفر من حيث التغطية الإخبارية ويترتب على ذلك اغفال العديد من القضايا العربية والعالمية الأخرى التى يفترض أن يقوم صوت العرب بدور أساسى فى مجال تعريف المواطن العربى بها ، والنتيجة هى أن المواطن المصرى العربى مثلا لا يعرف الكثير عما يدور فى بلدان عربية شقيقة مجاورة .

ثالثا : الخدمة الإخبارية المقدمة من الشرق الأوسط ( الشبكة التجارية ) :

تتمتع إذاعة الشرق الأوسط ببعض المزايا التي تفتقدها الخدمات الإذاعية الأخرى فهي من حيث الارسال تعتبر من أقوى المحطات الموجهة . . وهي كإذاعة تجارية لا تقيد بأساليب إذاعية تقليدية في تقديم موادها سواء من حيث الشكل أو المضمون .

وتتميز المادة الإخبارية في إذاعة الشرق الأوسط بالإيجاز شأنها في ذلك شأن بقية البرامج والمواد التي تقدمها والتي تجعلها ذات طابع خاص ، وهذا الطابع طابع السرعة ، ويؤخذ عليها التقصير في الخدمة الإخبارية ، فرغم أن إذاعة الشرق الأوسط تقدم موجزا للأنباء كل ساعة وهذه خدمة جيدة للمستمع إلا أن هذه الموجز من حيث المضمون تكاد تكون صورة طبق الأصل لمواجز البرنامج العام أو الخدمة الرئيسية . . نفس الأخبار ونفس الترتيب ونفس الأخبار المكررة .

ويرجع محرروا الشرق الأوسط عملية التكرار هذه إلى عدم وجود الامكانيات البشرية والمادية والفنية اللازمة لعمل خدمة إخبارية مستقلة ووافيه .

#### رابعا : الخدمة الإخبارية بإذاعة الشعب ( الشبكة المحلية )

أنشئت إذاعة الشعب سنة ١٩٥٩م وهدفها الأول محاولة الالتحام بال جماهير والوقوف على مشاكلها والعمل على حلها بقدر المستطاع ، ومعايشة طوائف الشعب أينما كانت . ومن أهدافها أيضا تبسيط القضايا السياسية والاقتصادية ومحاولة تكوين رأى عام محلي يدفع المواطن إلى المشاركة الايجابية في صنع حياته .

ولكن الدراسة اثبتت قصورا واضحا لمحو تحقيق هذه الأهداف . فالأخبار المقدمة هي نفس الأخبار المذاعة عن طريق الخدمة الرئيسية ( البرنامج العام ) والامكانيات في المجال الإخبارى ضعيفة إلى حد كبير لا تتناسب مع المجال المحلي الذي يجب أن تقوم بتغطيته إذاعة الشعب .

وأوجه القصور هذه ترجع إلى ضعف الامكانيات المادية والبشرية والفنية في المجال الإخبارى وإلى ربط الخدمة الإخبارية بإذاعة الشعب بالخدمة الإخبارية المركزية بالإذاعة .

## مناقشة النتائج والتوصيات :

وأخيرا وعلى ضوء نتائج البحث يمكن أن نفحص الفرض الرئيسى وهو " أن الخدمات الإخبارية بإذاعة القاهرة تنبع من تصور واضح لرسالة محددة وأنها تحقق هذه الرسالة بكفاءة " ( وعبرة تحقيق الرسالة بكفاءة هنا ترادف ما سبق تحديده باستخدام الأساليب الملائمة لتقديم هذه الخدمات) .

وهنا يمكن القول على ضوء هذه الدراسة أن المسئولين عن الخدمات الإخبارية بإذاعات القاهرة يدركون أهمية وخطورة الدور الذى يمكن أن تلعبه الخدمات الإخبارية سواء على الصعيد المحلى أو القومى أو العالمى . . . فالتصور واضح لرسالة هذه الخدمات ولكن هناك قصورا فى التنفيذ يرجع بالدرجة الأولى إلى ضعف الامكانيات المادية والفنية من ناحية وإلى بيروقراطية اتخاذ القرار بالنسبة لإذاعة الأخبار الهامة الناتجة عن تقييد حرية العاملين فى الأخبار وربطهم بالرقب من ناحية أخرى .

كما أثبتت الدراسة أن هناك ميلا لاستخدام الأساليب المباشرة والتقليدية فى تقديم البرامج الإخبارية بصفة عامة وأن هناك تقصيرا فى الإفادة من امكانات الإذاعة لخلق صيغ وأساليب فنية متميزة تجذب انتباه المستمع إلى هذه البرامج بحيث تفيده إلى أقصى حد من النسبة التى تحتلها ضمن ساعات الإرسال . وهذا القصور لا يجعلنا نسلم بالفرض الأساسى الذى بدات به الدراسة .

كذلك فإن الفرض الثالث وهو أنه ( ليس هناك تصور واضح لرسالة محددة وأن هذا ينعكس بالتالى فى شكل قصور فى التنفيذ ) هذا الفرض لا يصدق كليه ، فرغم وجود القصور فى التنفيذ إلا أن هناك وعيا برسالة البرامج الإخبارية .

وعلى ذلك يمكن القول بأن نتيجة البحث ترجح قبول الفرض الثانى وهو أن هناك قصورا واضحا للرسالة الإعلامية ولكن هناك قصورا فى التنفيذ ، ولكى تصبح النتيجة أقرب إلى الواقع فإن صفة الوضوح بالنسبة للتصور يجب الاستغناء عنها لنقول إن نتيجة

البحث ترجح فى النهاية : أن الخدمات الإخبارية فى إذاعات القاهرة تنبع من تصور لرسالة محددة ولكن هناك قصور فى التفيد .

وتستطيع إذاعات القاهرة وهى أجهزة لاتزال فعالة مؤثرة وخصوصا خارج العاصمة بعد سيطرة " الزانزستور " أن تحقق نتيجة إيجابية فى المجال الإعلامى بل يمكنها أن تساهم فى دفع خطط التنمية والوصول إلى نتائج أفضل عن طريق الدراسة والتخطيط العلمى السليم ، بل يجب أن نفعل ذلك لأننا أحوج ما نكون إلى التوعية السليمة والفهم الدقيق لبحرديات الأمور فى هذه المرحلة الحرجة من تطورنا الحضارى .

وآمل أن تسهم هذه الدراسة وما وصلت إليه من نتائج واقتراحات فى تطوير الخدمات الإخبارية المقدمة من إذاعات القاهرة العربية حتى تستطيع هذه الخدمات أن تفيد من امكانات الإذاعة الصوتية التى لاتزال تعتبر من أخطر وسائل الاتصال فى المجتمعات النامية .

## المادة الإخبارية

### فى تليفزيون جمهورية مصر العربية

#### دراسة تحليلية لمضمون نشرات الأخبار

اسم الباحث : محمد معوض ابراهيم نصر .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

اشـراف : أ.د/ ابراهيم إمام .

أ.د/ محمود حلمى مصطفى .

د/ فوزيه فهم .

سنة المنح : ١٩٨١ م .

#### مشكلة الدراسة :

تهتم هذه الدراسة فى المقام الأول بنشرات الأخبار فى التلفزيون المصرى باعتبارها من أهم أهداف السياسة الإعلامية للتلفزيون كجهاز إعلامى ، وذلك لوضع تصور واضح لأبعادها فى محاولة لعلاج ما يشوبها من قصور يتضح فى إحجام نسبة كبيرة من المشاهدين عن مشاهدتها ورؤيتها ومتابعتها ، على الرغم من أن نشرات الأخبار تعتبر من أفضل البرامج والفقرات التى يقبل عليها مشاهدوا التلفزيون فى الدول المتقدمة ، حتى أنها تشكل جزءا عميقا من نسيج بنية الحياة اليومية هؤلاء المشاهدين .



## فروض الدراسة :

- ويقدم الباحث مجموعة من الفروض تقوم عليها دراسته المقارنة لتحليل المضمون هي:
١. كثرة الأخبار الأجنبية في نشرات أخبار التلفزيون المصري ، وتساؤل التغطية الإخبارية المحلية المصورة بصورة عكسية مع ما يحدث في محطات التلفزيون العالمية مما قد يفقد النشرات الإخبارية أهميتها ، وكذلك تركيز التغطية الإخبارية المحلية بصورة واضحة على أخبار العاصمة .
  ٢. قلة المادة الإخبارية المصورة في نشرات أخبار التلفزيون المصري ، مما قد يتسبب في احجام المشاهدين عن مشاهدتها ومتابعتها .
  ٣. طغيان مصادر أخبار التلفزيون الأجنبية المستخدمة في نشرات أخبار التلفزيون المصري على مصادر الأخبار المحلية ، وقصور دور مندوبي أخبار التلفزيون المصري بصورة واضحة ، في الوقت الذي تعتبر فيه أخبار التلفزيون هي أخبار المندوب .
  ٤. لا يحظى بناء نشرات أخبار التلفزيون بالاهتمام الكافي بقدر ما نجده من اهتمام في النظم التلفزيونية العالمية المتقدمة ، وغالبا ما تقدم الأخبار في نشرات أخبار التلفزيون حسب ترتيبها ، كما تبنى أهميتها على أهمية الأشخاص الذين تتناولهم النشرة .
  ٥. تكرار الأخبار المصورة في نشرات أخبار التلفزيون المصري دونما تغيير في شكلها أو مضمونها ، مما قد يتسبب في نفور المشاهدين منها ، في حين أن التكرار مع بعض التغيير سواء في الشكل أو المضمون يعتبر أكثر فاعلية .
  ٦. هبوط مستوى اعداد وتنفيذ بعض الفقرات الإخبارية ، وقلة وسائل الايضاح بما لا يتناسب مع ما تتضمنه النشرات من بيانات ومعلومات ، وأيضا سوء استخدامها مما قد يؤثر على مضمون النشرات وبما يعوق قدرة المشاهدين على الفهم والاستيعاب .

## منهج الدراسة ومادة البحث :

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح الميداني لتحليل مضمون الصوت والصورة في نشرات أخبار التلفزيون بالقناة الأولى المصرية والتلفزيون البريطاني ( B. B. C )

والتلفزيون المتصل ( I . T . N ) على مدى عشرة أيام متصلة طوال الفترة من ١٥ أبريل وحتى ٢٤ أبريل ١٩٨١ للوقوف على صورة الخدمة الإخبارية المقدمة فى نشرات أخبار التلفزيون وللوصول إلى الاستنتاجات الخاصة بكل فرض من الفروض السابق ذكرها ، فتحليل المضمون هو المنهج الذى يسعى للتوصل إلى استنتاجات للافتراضات عن طريق التعرف على خصائص الرسالة الإخبارية بطريقة منهجية وموضوعية .

### فئات التحليل :

يحدد برنارد برلسون فئات تحليل المضمون فى نوعين رئيسيين ، تتدرج تحت كل منها بعض الموضوعات الفرعية ، ويتناول النوع الأول المادة التى يتضمنها مضمون الاتصال ، وتعرف بفئات مادة الاتصال .

أما الثانى فيتناول النواحي الشكلية لهذا المضمون ، وتعرف بفئات شكل الاتصال . وبالنسبة للنوع الأول الخاص بفئات مادة الاتصال يستخدم الباحث الفئات التالية والتى تخدم أهداف بحثه بصورة كبيرة وهى:

#### أولاً : فئات الدائرة التى تغطيها المادة الإخبارية :

وتهدف هذه الفئة التعرف على الدائرة التى تغطيها أخبار التلفزيون بمعنى هل هذه الأخبار عالمية أو وطنية ؟ وتقصد بالخبر الوطنى أو المحلى كل حدث أو نشاط يقع داخل حدود الدولة ، أما الخبر العالمى فهو كل حدث أو نشاط يقع خارج الدولة . وذلك بهدف التعرف على مضمون المادة الإخبارية الذى يغلب على نشرات أخبار التلفزيون .

#### ثانياً : فئات مكان الخبر :

وتهدف هذه الفئات إلى تحديد المكان الذى يرد منه الخبر هل هو عاصمة الدولة أم مدينة أو مكان آخر ، سواء أكان داخل الدولة أم خارجها وتفيد هذه الفئات فى التعرف على نوعية البيئة التى تم تغطية أخبارها ، وذلك بهدف تحديد نصيب المحليات باعتبارها الأساس فى تحقيق التنمية القومية الشاملة .

### ثالثا : فئات مصادر أخبار التلفزيون :

وتعنى المصادر التى قامت بتغطية الخبر ، أى المصدر أو المرجع الذى تنسب إليه أخبار التلفزيون وهى :

- مندوب أخبار التلفزيون ، ونعنى به المندوب الذى يتواجد فى موقع الحدث ليقدمه للمشاهدين .
- مراسل أخبار التلفزيون .
- وكالات الأنباء العالمية المصورة .
- التبادل الإخبارى ونقصد به كل المواد الإخبارية التى تأتى عبر الأقمار الصناعية .
- وكالات الأنباء البرقية .
- أية مصادر أخرى .

### رابعا : فئات موضوع المادة الإخبارية الذى يخدم التنمية

وتضم كل الأخبار والقصص الإخبارية التى لها صلة بعمليات التنمية .

### خامسا : فئات نوعية موضوع المادة الإخبارية :

وهى فئات فرعية تتعلق بموضوعات القصص الإخبارية أو أخبار التلفزيون فى التلفزيون المصرى ، والتى حددها الباحث ، كالتالى :

- ١ . القصص والأخبار السياسية .
- ٢ . القصص والأخبار الاقتصادية .
- ٣ . القصص والأخبار الاجتماعية .
- ٤ . القصص والأخبار العسكرية .
- ٥ . قصص وأخبار الشؤون العلمية والثقافية .
- ٦ . القصص والأخبار الدينية .
- ٧ . أخبار الجريمة .

٨. القصص والأخبار الرياضية .

٩. أخبار الطقس والأحوال الجوية .

### وحدة القياس المستخدمة فى الدراسة :

اختار الباحث المفردة أو المادة ، وتعنى هنا الخبر أو القصة الخبرية ، ذلك لأنها تصلح لمضمون نشرات الأخبار ، كما أن استخدامها يعطينا نتائج صادقة ويحقق قلدا كبيرا من الثبات فى التحليل ، بمعنى أن نحصل على نفس النتائج لنفس التحليل باختلاف المحلل أو الزمن الذى يتم فيه التحليل .

### أهم النتائج والتوصيات :

١ - زيادة الاهتمام بالأخبار المحلية والتي لا تشغل إلا حيزا متواضعا فى نشرات الأخبار عن طريق تغطية الأحداث المحلية والداخلية .

٢ - ضرورة أن تعبر عن البيئة المصرية ، وأن تساهم فى خدمة قضايا التنمية فى المجتمع ، مع ضرورة الاهتمام بالمناطق الريفية والثائية المتخلفة باعتبارها الأساس فى تحقيق التنمية القومية الشاملة .

٣ - دعم نشاط مندوبى أخبار التلفزيون ، خاصة وأن أخبار التلفزيون تعتبر هى نفسها أخبار المندوب ، عن طريق تعيين المندوبين الجدد والمراسلين ، والاهتمام بتدريبهم وإتاحة الفرصة أمامهم لمعايشة سير العمل الإخبارى فى محطات التلفزيون العالمية المتقدمة .

٤ - دعم نشاط أطقم التصوير وتزويدها بوسائل جمع الأخبار الالكترونية ( كاميرات الفيديو كاست ) ووسائل النداء الآلى ، وكل الامكانيات المادية والبشرية .

٥ - الاهتمام بتدريب العاملين فى أخبار التلفزيون لتساير التقدم التكنولوجى السريع فى تغطية الأخبار .

٦ - الاهتمام الكامل بأرشيف أخبار التلفزيون ، وتزويده بأحدث وسائل الايضاح ، واعداد ملفات خاصة بالصور الفوتوغرافية ، وأخرى خاصة بالصحف والمجلات القومية

والعالية للاستفادة بها ، كذلك الاهتمام بالمراجع العلمية و إتاحة الفرص للعاملين للاطلاع ، وتشجيعهم على البحث العلمى •

٧ - إنشاء قسم خاص لإعداد وسائل الايضاح المتنوعة مع ضرورة استخدام الكروماكى Chroma Key فى النشرات والبرامج الإخبارية كى يتسنى الاستخدام الأمثل لوسائل الايضاح •

٨ - تقسيم العمل على أساس وحدة النشر ، بمعنى أن يختص بإعداد كل نشرة فريق من المخرجين والمترجمين والمعلقين •

٩ - الحرية الكاملة فى عرض جميع وجهات النظر المؤيدة والمعارضة والمشاركة فى الأحداث ، وفى مختلف القضايا ، وتخليص العمل الإخبارى من كل المعوقات •

١٠ - ضرورة الاهتمام بإعداد وتنفيذ نشرات الأخبار فى التلفزيون ، وتقديمها حسب أهميتها مع استخدام الموجز المصور الذى يجذب انتباه المشاهدين ، والاهتمام بنهاية النشرات الإخبارية ، والتتويه باستمرار على أهم الأخبار والأحداث قبل موعد النشرة، على أن تداع التفاصيل الكاملة داخل النشرات ، ومن جهة أخرى مراعاة عدم تكرار المادة الإخبارية دونما تغيير سواء فى الشكل أو المضمون •

١١ - الاهتمام بأبحاث المشاهدين ، وضرورة أن تركز أبحاث أخبار التلفزيون على اتجاهات المشاهدين واهتماماتهم وقيمهم وعاداتهم ، والحرص على استمرارها لمعرفة آراء الجماهير فيما يقدم من مادة إخبارية ، ومدى تحقيقها لأهدافها •

# الإعلام الإسلامى

فى مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم فى المدينة

اسم الباحث : عبد الوهاب أحمد محمد كحيل .

الدرجة العلمية : دكتوراة .

إشراف : د.أ/ محمود نجيب أبو الليل د.أ/ احسان سعد الدين عسكر

سنة المنح : ١٩٨٣ م .

---

## مشكلة الدراسة وأهدافها :

المشكلة الرئيسية لهذه الدراسة تنحصر فى محاولة الإجابة عن سؤال هو كيف نقدم المنهج الإسلامى بأسلوب فنى إعلامى راق ؟

وفى سبيل هذا فالبحث يقدم الممارسة الإعلامية المثلى للنسب وأصحابه ، بعد أن قدم النظريات والأسس الإعلامية التى رسمها القرآن الكريم ورسمتها السنة النبوية الصحيحة كنموذج . وعلى رجال الإعلام الإسلامى التأسى والاقتداء ، وتقديم ذلك المضمون والترات بما يناسب شعوب العصر الحديث من أساليب ووسائل ، وقد تضمنت الرسالة أيضا أمثلة للأساليب ، ولم نتحدث عن الوسائل لأن الوسائل التى كانت سائدة آنذاك لا تناسب العصر الحديث .

## منهج الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة لتحليل مادتها على المنهجين التاريخي والتحليلي ، وقد استرشدنا بآيات القرآن الكريم وكتب السيرة النبوية ، وكتب الإعلام الحديث ، لاستنباط تلك القيم الإعلامية الإسلامية وكيفية ممارستها ، فالإعلام الإسلامي كان يمارس بالفعل ولكنه لم يكن يسمى بسمات العصر الحديث .

## خطة الدراسة :

تتكون الدراسة من أربعة أبواب .

تعرض الباب الأول منها لمفهوم الإعلام الإسلامي مع المقارنة بين الإعلام الإسلامي في مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم في المدينة وبين ما يجب أن يكون عليه الإعلام في الدول الإسلامية ، كما فرق بين الإعلام الإسلامي والدعوة والأسس الفنية للدعوة وللخبر وللعلاقات العامة مع بيان الأسس الفنية لكل منها .

وفي الباب الثاني ركزت الرسالة على الخبر في القرآن الكريم من حيث أهميته وأنواعه وأساليبه ووظائفه وللدور الخبر في مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم ثم عرض للصحابة كرجال خبر .

وفي الباب الثالث موضوع العلاقات العامة في القرآن الكريم من حيث أهميتها وأساليبها ووسائلها وتنظيمها ثم لدعائم العلاقات العامة الإسلامية في مجتمع الرسول صلى الله عليه وسلم في المدينة وأسس تنظيمها ، ولدور الصحابة رضوان الله عليهم كرجال علاقات عامة وأساليب ممارستها لها .

أما الفصل الرابع ، فقد تعرض للدعوة وفقا لنفس الجوانب الخاصة بكل من الخبر والعلاقات العامة .

وفى كل هذه الجوانب مزجت الدراسة بين النظرية والتطبيق وحرص الباحث على أن يأخذ العرض أسلوب التتابع المنطقي.

### نتائج الدراسة :

١. إن الإعلام الإسلامى حقيقة قائمة ، مهما قال أعداء الإسلام غير ذلك فالإسلام دين انتشر من غير إكراه "لا إكراه فى الدين" ( سورة البقره ٢٥٦ ) ، بل كان الإسلام يحترم الأديان الاخرى ، ويدعو المسلمين إلى الإيمان بالأنبياء السابقين للنبي محمد صلى الله عليه وسلم " آمن الرسول بما أنزل إليه من ربه والمؤمنون كل آمن بالله وملائكته وكتبه ورسله ، لا تفرق بين أحد من رسله وقالوا سمعنا وأطعنا غفرانك ربنا وإليك المصير " ( سورة البقره ، ٢٨٥ ) . ولما شرع الجهاد كان النبي يرسل قاداته فيأمرهم بتخيير الناس بين الإسلام أو البقاء على دينهم مع دفع الجزية ، أو القتال ، والقتال بعد رفض الجزية والإسلام ، أى فى حالة الاعتداء فقط لردّه ، كما رأينا من قبل . .

٢. إن القرآن الكريم قد وضح أسس الإعلام ورسم طريقته واهتم بفنونه وأن الرسول وأصحابه قد مارسوا تلك الفنون الاعلامية بمهارة فائقة ، ودقة بالغة ، ومثالية منقطعة النظر ، لم ولن تحدث بعد ذلك .

٣. إذا كان الإسلام قد اهتم بالإعلام ووضع أسسه ورسم طريقته ، واهتم بفنونه وإذا كان الرسول وأصحابه قد مارسوا هذه الفنون بمهارة ، فإن النظرية والتطبيق الخاصتين بالإعلام الإسلامى موجودتان فى القرآن الكريم وفى سيرة الرسول العظيم ، وبالتالي فهما ماثلتان أمام المسلمين ، وما عليهم الا أن يفتحوا أعينهم وعدوا أيديهم لأخذ هذه النظريات وأمثلتها التطبيقية وأن يعملوا فكرهم لإمكان تقديم هذا التراث فى الإعلام الإسلامى ، فى العصر الحديث ، فالإسلام دين صالح لكل زمان ومكان وقد وضح القرآن أن الدعوة يجب أن تكون على بصيرة ، بمعنى حسن عرضها وحسن تقديمها



بالأسلوب الملائم المناسب الجذاب " قل هذه سبيلي أدعوا إلى الله على بصيرة أنا ومن اتبعني " ( سورة يوسف ، ١٠٨ ) .

وخلاصة ذلك أن الاعلام فى الدول الاسلامية ، يجب أن يستمد أصوله ومفاهيمه ونظرياته ومحتواه من الإسلام وشريعته السمحاء ، ومن القرآن الذى حوى كل شئ " ما فرطنا فى الكتاب من شئ " (سورة الانعام ، ٣٨) .

٤. إن الخبر فن من فنون الإعلام الإسلامى الأصيل ، له أسس وأصول إسلامية ظهرت فى القرآن الكريم وفى سنة النبى صلى الله عليه وسلم ، وفى ممارسة الصحابة وتخطت حواجز الزمان والمكان ، وعرفت طريقها إلى كل البشر وعلى ذلك فهى مادة هامة من مواد الإعلام الإسلامى وفن من فنونه يجب أن تراعى فى تقديمها الأسس الفنية الإسلامية .

٥. إن العلاقات العامة ظهرت أولاً فى الإسلام ، ووضع القرآن الكريم والسنة النبوية لها أسساً متينة أصيلة، تجعل الفرد يمارسها بطريقة تلقائية لا تحتاج إلى تكلف ولا تصنع ، حيث بدأت من المستوى الخاص ، فنظمت بناء الأسرة المسلمة ووجودها وكيانها ، ووضعت احتياطات الأمان لها فى حالة انهيارها . كل ذلك حتى ينشأ الفرد المسلم فى جو من المحبة . وذلك إلى جانب الآداب العامة التى تجعل الفرد المسلم ينشأ على قواعد الذوق والأدب من تلقاء نفسه ، يحب الآخرين ويعمل على راحتهم وارضائهم ، ويحترم مشاعرهم وذلك على العكس من العلاقات العامة الحديثة ، التى لا تبدأ مع بداية الطفل والأسرة ، ولكن تبدأ من المؤسسة والمنشأة ، ولكن ذلك غير ممكن التطبيق بصورة مرضية لأن الأسس التى تبنى عليها الفرد منذ نشأته تغلب تلك التى يحاولون فرضها عليه بعد أن صار فرداً فى المجتمع ، فالطبع يغلب التطبع .

٦. ولهذا يجب أن تستفيد إدارات العلاقات العامة من أسس ومبادئ العلاقات العامة الإسلامية ، وأن يستفيد منها رجال التربية لتنشئة أطفالنا عليها .

٧. إن الدعوة يجب أن تمارس في إعلام الدول الإسلامية ، في كل ما يصدر عن أجهزتها فصدق الخير في نشرة الأخبار دعوة ، وصدق الإعلان واحتواء رسالته الإعلانية على الحقيقة لا على المبالغة والتهويل من أجل - الكسب المادى - دعوة ، وارتفاع المستوى فى البرامج الصحف إلى المضامين اللاتقة والنافعة وبعدها عن سفاسف الأمور ، أيضا دعوة .

٨. إن ممارسة الإعلام الإسلامى لاتكون قاصرة على أجهزة إعلامية خاصة أو متخصصة وإنما كل إعلام الدول الإسلامية يجب أن يكون إعلاما إسلاميا ، يحمل التراث الدينى ويعبر عنه بأسلوب رفيع جذاب ، فيه الفنية الملائمة لذلك التراث العظيم والمتعالية عن سفاسف الأمور وتوافه الافكار .

٩. إن ممارسة الإعلام الإسلامى تعنى إسلامية المنهج والمحتوى ممزوجا بفنية الأسلوب الإعلامى، المناسب لذلك المحتوى وذلك المنهج ، فلا المنهج الإسلامى يعنى أن تكون المادة جافة ، والنبرة وعظية خطابية عالية ، تحمل التهديد ، وتهتم بالشكيات والتباكى على ماضى المسلمين الزاهر وحضاراتهم الداهية ولا فنية الأسلوب تعنى الابتذال والسقوط إلى حد الأفكار التافهة والتعبيرات الخليعة والعبارات الماجنة ، وإنما دور رجال الإعلام الإسلامى يكمن فى تقديم المنهج والمحتوى الإسلامى بأسلوب فنى إعلامى جذاب ومشوق . وهذا يتطلب من رجال الإعلام الإسلامى الإلمام بالإعلام ومعرفة الإسلام والعمل به .

١٠. يجب أن يفهم رجال الإعلام الإسلامى جيدا الوسائل الحديثة والمتطورة والمناسبة ، وأن يفهموها ويتمرسوا عليها ، ليواكبوا بالإعلام الإسلامى الحضارة والتقدم ، مستعملين تلك الوسائل فى خدمة الإسلام والإعلام عنه ، فاستخدام الوسائل الحديثة لايعدى تقديم المضامين التافهة الساقطة ، ولكنها وسائل توجه حسب ما يوجهها القائمون على أمرها .

١١. إن رجال الإعلام الإسلامى ، يجب أن يدرسوا جمهورهم المستقبل لإعلامهم حتى يستطيعوا توجيه ما يتاسب كل طائفة من طوائف الجمهور ، من المحتوى الإسلامى ، وبالوسائل والأساليب الملائمة أيضا ، فالمسلمون هم أسلوب وطريقة فى العرض والتقديم تختلف عن الطريقة والأسلوب الذى يخاطب به غير المسلمين . والإعلام الإسلامى جمهوره كل البشر - مسلمون وغير مسلمين ، عرب وأعاجم ، فهو موجه إلى كل الناس كافة فى كل زمان وكل مكان .

١٢. على رجال الإعلام الإسلامى القيام بالأبحاث الخاصة بمعرفة رد الفعل أو رجوع الصدى الناجم عن توجيههم لرسائلهم الإعلامية ، لمعرفة مدى ملائمة أسلوبهم . والوقوف على ما يفضلته الجمهور حتى يتسنى إرضاء ميول الجماهير وتلبية رغباتها وحل مشكلاتها ، والارتفاع بمستواها وتقديم المحتوى المناسب لكل طبقة من الناس ولكل مجتمع من المجتمعات .

### أهم التوصيات :

١- إن الإعلام فى الدول الإسلامية لا بد أن يستمد أصوله ونظرياته من الإسلام فالدين الإسلامى ملئ بالتراث العظيم من قرآن وسنة نبوية . وقد حفظها الله سبحانه وتعالى ، فلم ولن تتغير ولا تتبدل . وبها كل أصول الإعلام وفنون ممارسته .

٢- يجب أن يدرك رجال الإعلام فى الدول الإسلامية أن التراث الإسلامى صالح لأن يكون مادة إعلامية ، فهو صالح لكل زمان ومكان . ويجب ألا يتأثر رجال الإعلام بدعايات أعداء الإسلام القائلة بأن التراث الإسلامى غير صالح للتقديم كمحتوى إعلامى فى العصر الحديث .

٣- أن تقدم المواد الإسلامية فى أسلوب فنى جذاب ، بعيدا عن الترخص والابتذال والأساليب الساقطة وسفاسف الأمور ، بل يكون التراث الإسلامى جذابا ، فى أسلوب

فنى رفيع ، يجذب القارئ أو المستمع أو المشاهد ويرفع من ذوقه وينتشل من قمقم اللهب والعبث .

٤- أن تبعد المواد الإسلامية فى تقديمها فى الإعلام الإسلامى عن الجفاف والنبرة الغليظة وأساليب الوعيد والتهديد ، والتشهير والتباكى على حال المسلمين ، ونعى الحضارات القديمة أحيانا والاعتماد على التفاخر بها أحيانا أخرى .

٥- أن يكون التراث الإسلامى المقدم فى الإعلام الإسلامى متكاملًا فلا تناقض بينه وبين بعضه ، فما يذاع فى برنامج تكمله نشرة الأخبار أو حديث أو برنامج تمثيلى ، وكل ذلك من حيث المعانى والمضامين . لأنه مما يعيب تقديم التراث الإسلامى أحيانا التناقض بين كاتب وآخر ووجهة نظر وأخرى وبالتالي تبدو الصورة أمام غير المسلمين متناقضة باهته . وليست هذه صورة الاسلام ، وإنما هذا تشويه للإسلام .

٦- يجب أن يفهم رجال الإعلام الإسلامى دينهم فهما صحيحا ، وأن يلتزموا بتطبيق مبادئه على أنفسهم ، حتى لا يبدو هناك نوع من التناقض . لأن سلوك الإنسان فى حد ذاته دعوة . والإعلام الإسلامى مقدم إلى المسلمين وغير المسلمين فلا بد فيه من التوافق والتكامل بين المحتويات كلها وبين القول والفعل ، أو النظرية والتطبيق حتى يكون أكثر تأثيرا وحتى يكون مؤثرا .

٧- يجب أن يفهم رجال الدين أيضا دور الإعلام وأهميته وخطورته .

٨- أن يفهم رجال الإعلام الإسلامى جيدا حدود وامكانيات وطاقت كل وسيلة إعلامية وأن يلاحقوا التطور العلمى أولا بأول ، حتى يسايروا ركب الحضارة ، ويعيشوا عصرهم . وبذا يقدمون الإسلام ويدعون إليه خير دعوة فلكل مادة وسيلة تناسبها ، وتكون أكثر تأثيرا عن طريقها .

٩- أن يقرأ رجال الإعلام الإسلامى سيرة الرسول العظيم دائما ، وأن يقلبوا صفحات القرآن الكريم ، لمعرفة الممارسة الإعلامية الإسلامية الصحيحة والصحية ، ليستفيدوا منها ويفيدوا بها خير افادة .

# إدارة العلاقات العامة فى مصر

اسم الباحث : محمد عمر متولى العطار .

الدرجة العلمية : ماجستير .

إشراف : أ.د/ احسان سعد الدين عسكر      أ. يحيى أحمد ابو بكر

سنة المنح : ١٩٨١ م.

---

## مشكلة الدراسة وأهدافها :

يقوم هذا البحث بدراسة لإدارات العلاقات العامة فى مصر دراسة وصفية تحليلية للتعرف على واقعها ، وما ينبغى أن تكون عليه بهدف التقييم العلمى الموضوعى لواقع تلك الإدارات ، ومدى أهميتها ، وما ينبغى أن تكون عليه من الناحية الإدارية والتنظيمية ، وأساليب الممارسة والتخطيط والتقييم ، وما ينبغى أن تقوم به من واجبات ونشاطات ومستويات ، وما ينبغى توافره من صفات فى العاملين بتلك الإدارات ، ومقارنة النتائج التى توصل اليها الباحث بنتائج الدراسات السابقة لمعرفة مدى التغير الذى طرأ عليها ، وأهم المشكلات التى مازالت تعانى منها ، واقتراح التوصيات التى من شأنها مواجهة تلك المشكلات ومعالجتها بما يتلائم مع ظروف بلادنا .

## نوع الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تهدف إلى الحصول على وصف كامل ودقيق لموضوع البحث ، وجمع كل البيانات الضرورية المتعلقة به ، وتحليلها بأكبر قدر من الدقة والموضوعية ، حتى تزداد درجة اعتمادية النتائج المستخلصة منها ، ولذلك تطلب

الأمـر ضرورة الاهتمام بالتصميم الشكلى والهيكلى لتلك الدراسة .

## مناهج الدراسة :

### ١ - منهج الدراسات المسحية :

ويعتبر هذا المنهج من أهم المناهج التي استخدمها الباحث ، لأنه يعتبر جهدا علميا منظما للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف لكل ما يتعلق بموضوع البحث من المفردات المكونة لمجتمعه ، فقد كان الهدف الأساسي من تلك الدراسة هو دراسة واقع ادارات العلاقات العامة في مصر في الوقت الحالى ، للتعرف على مدى التطور الذى لحق بها والأوضاع القائمة عليها ، ومسح أساليب تنظيم تلك الادارات ، ودراسة جوانبها الإدارية ، ومسح أساليب ممارستها ، وطرائق أدائها ، وتخطيط برامجها ونشاطاتها ، وطرق تقييمها ، والتعرف على مفهوميها التطبيقي ، وجمع البيانات والمعلومات عن العاملين بتلك الإدارات من حيث المؤهلات والصفات ، ومسح طرق الاتصال التي تستخدمها والتعرف على أهم المشكلات التي تعوق أدائها لوظائفها على الوجه الأكمل ، وطرق معالجتها أو حلها ، وذلك من أجل تصوير الواقع التطبيقي الفعلي لتلك الادارات ، وافضل المناهج التي تساعدنا على تحقيق هذه الأهداف منهج المسح الميداني .

### ٢ - منهج الدراسات التطورية :

ويركز هذا النوع من الدراسات على وصف التغيرات التي تحدث في الظاهرة أو في مجموعة الظواهر موضع الدراسة خلال فترة زمنية ونتيجة لمرور الزمن ، ومن ثم لا يقتصر الأمر على مجرد وصف الوضع الحالى للظواهر أو العلاقات بينها ، وخاصة إذا توافرت بيانات تاريخية كافية تسمح بعملية التحليل والاستنتاج والتعميم ، والقيام بدراسة تتبعية تبين مدى تطور الظاهرة موضوع البحث والتغيرات التي لحقت بها ، ولهذا قام الباحث بجمع المعلومات والبيانات المتاحة عن موضوع دراسته ، وتنظيمها ، وإعادة تصنيفها ، وتفسير جوانبها المتعددة ، وتوصل إلى خلاصات جديدة ، ألقت الضوء على واقع إدارات

العلاقات العامة في مصر ، هذا فضلا عن أن الباحث قام بدراسة تاريخية تتبعية لنشأة إدارات العلاقات العامة في مصر وتطورها .

### ٣ - منهج دراسة العلاقات المتبادلة :

إذ قام الباحث باختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث ، ودراستها دراسة شاملة متعمقة مستوفية بهدف الوصف والفهم الكاملين لكل حالة على حدة وجميع العوامل المتشابكة ، والقوى الداخلة في كل منها ، ومعرفة الخصائص العامة لجميع مفردات البحث ، والخصائص التي تتميز بها كل مجموعة متجانسة من هذه المفردات ، ويمكننا أن نطلق على مثل هذه الدراسة " دراسة الحالة " ، حيث أنها تفيد في استخلاص النتائج من الدراسة المتكاملة لجميع الحالات ( مفردات عينة البحث ) .

كما قام الباحث بعقد مقارنات بين نتائج الدراسة التي قام بها ونتائج الدراسات السابقة بهدف التعرف على أهم العوامل والمتغيرات التي تؤثر على موضوع البحث أو تكمن وراء جوانبه ، لتمدنا بدلالات ذات أثر كبير في الكشف عن مواطن الضعف والقصور .

### خطة الدراسة :

تشتمل الدراسة على عشر فصول : تناول الفصل الأول منها مفهوم العلاقات العامة ، والثاني نشأة العلاقات العامة في مصر وتطورها واستعرض الثالث تنظيم إدارة العلاقات العامة ، والرابع العاملون في إدارة العلاقات العامة ، وفي الفصل الخامس انتقلت الدراسة إلى العرض لأوجه نشاط إدارات العلاقات العامة وفي الفصل السادس تناولت طرق اتصال إدارات العلاقات العامة بالجمهور .



أما الفصل السابع فهو دراسة لتخطيط برامج العلاقات العامة والثامن دراسة علمية لتقييم خطط برامج إدارات العلاقات العامة ثم دراسة عن الهيئة العامة للاستعلامات كجهاز للعلاقات العامة .

## نتائج الدراسة :

### أولا : مفهوم العلاقات العامة وتتضمن :

١- هناك حوالي ٦٠,٣٪ من العاملين في إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المصرية يرون أن العلاقات العامة علم وفن . علم من زاوية البحث والتوصيف ، وفن من زاوية التطبيق شأنها شأن المهن الرفيعة الأخرى كالطب والمحاماة والهندسة . الخ . ويتركز معظم هؤلاء العاملين بشكل واضح في إدارات العلاقات العامة بالوزارات والجامعات والبنوك ، أما الباقون فمنهم حوالي ١٧,٣٪ يرون أن العلاقات العامة فن يعتمد على الخلق والإبداع ، ويتركز معظمهم بشكل واضح في إدارات العلاقات العامة بالمحافظات والفنادق والمؤسسات الصحفية ، بينما هناك حوالي ١٢,٤٪ يرون أن العلاقات العامة علم له أصول ومبادئ يقوم عليها ، ويتركز معظمهم بشكل واضح في إدارات العلاقات العامة بالشركات والوزارات والبنوك ، ويتضح لنا مما سبق أن هناك حوالي ٣٩,٧٪ من العاملين في إدارات العلاقات العامة في مصر ينظرون إلى العلاقات العامة من جانب واحد فقط ، وتعتبر نسبتهم غير مرضية ، وبالرغم من ذلك فإن مفهوم العلاقات العامة في مصر أصبح أكثر وضوحا عما كان عليه الحال من قبل .

٢- كما دلت نتائج الدراسة الميدانية في أكثر من موضع على أن مفهوم العلاقات العامة في مصر مازال يكتنفه بعض الغموض ، حيث أن هناك تناقضا بين التطبيق الفعلي للعلاقات العامة في معظم إدارات العلاقات العامة في المؤسسات المصرية وبين ما ينبغي أن تكون عليه ، مما يعكس لنا سوء التطبيق ، هذا فضلا عن أن هناك كثيرا من العاملين في إدارات العلاقات العامة يخلطون بين مفهوم العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية ،

والعلاقات الصناعية ، وبينه وبين فنون الاتصال الاخرى كالاعلام والإعلان والدعاية ،  
رغم أنها جميعا تعتبر جزءا من كل .

#### ثانيا : أهمية العلاقات العامة .

١- هناك حوالى ٩٠ ٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة يؤمنون بأهميتها  
للمؤسسات التى يعملون بها ويتركز معظم هؤلاء العاملين بشكل واضح فى إدارات  
العلاقات العامة بالفنادق والبنوك والشركات ، بينما هناك حوالى ١٠ ٪ يرون الاستغناء  
عنها ، ويتركز معظمهم فى إدارات العلاقات العامة بالمحافظات والمؤسسات الصحفية  
والهيئات ، وقد لوحظ أنهم من العاملين فى إدارات العلاقات العامة ، ولكنهم لا ينجون  
المهنة نظرا لأنها بعيدة عن تخصصاتهم أو لا تتلائم مع ميولهم واستعدادهم ، ومن ثم  
ينبغى إقصاء هؤلاء عن العمل فى ميدان العلاقات العامة .

٢- اتجه حوالى ٩٦,٩ ٪ من المؤسسات المصرية إلى تقريب إدارات العلاقات العامة  
بالمؤسسة إلى مستوى الإدارة العليا كمستوى إشرافى ، إلا أن هناك بعض المؤشرات  
تؤكد لنا أهمية هذه التبعة تبعية شكلية .

٣- عدم وجود اتجاه عام لتحديد عدد العاملين فى إدارات العلاقات العامة فى مصر ،  
فهناك بعض المؤسسات لا يتلائم عدد العاملين فى إدارات العلاقات العامة بها مع حجم  
تلك المؤسسة أو حجم الجماهير التى تعامل معها .

٤- أكدت نتائج الدراسة أن هناك حوالى ٤٠,٥ ٪ من إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات  
المصرية لا تتبع أسلوبا معينا فى التنظيم وفقا للاتجاه الإدارى الحديث ، وليس معنى  
ذلك انها لا تقوم اداء مهامها بكفاءة او تمارس نشاطاتها بنجاح ، بينما هناك حوالى  
٢٩,٥ ٪ منها تاخذ بالاسلوب الاتصالى ، وحوالى ٢٠,٥ ٪ تاخذ بالاسلوب الاتصالى  
الإعلامى ، وحوالى ٩,٥ ٪ تاخذ بالأسلوب الإعلامى .

٥- هناك حوالى ١,٥٪ من إدارات العلاقات العامة بالمؤسسات المصرية تستعين بمستشارين خارجيين للعلاقات العامة بصفة دائمة ، ويتركز معظم هذه الإدارات فى الشركات والهيئات ، بينما هناك حوالى ٤,٤٪ من هذه الإدارات تستعين بهم أحيانا ، اما النسبة الباقية وهى حوالى ٩٤,١٪ من إدارات العلاقات العامة فى مصر ، فإنها لاتستعين بمستشارى العلاقات العامة الخارجيين فى تخطيط برامجها ونشاطاتها •

### ثالثا :سائل الاتصال للعلاقات العامة :

• تحتل المقابلات الشخصية المرتبة الأولى كوسيلة من أهم وسائل اتصال إدارات العلاقات العامة بالجماهير الداخلية ، إذ بلغت نسبة الاتجاه العام لاستخدامها حوالى ١٣,٧٪ من بين وسائل اتصال إدارات العلاقات العامة بالجماهير الداخلية ، وتركز هذا الاستخدام بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالبنوك والفنادق والمؤسسات الصحفية ، بينما تحتل المطبوعات على اختلاف أنواعها وأشكالها المرتبة الأولى كوسيلة من أهم وسائل اتصال إدارات العلاقات العامة بالجماهير الخارجية ، إذ بلغت نسبة الاتجاه العام لاستخدامها حوالى ١٦,٨٪ ويتركز هذا الاستخدام بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالهيئات والوزارات والشركات

• تعتمد معظم عمليات الاتصال بالجماهير الداخلية للمؤسسات على وسائل الاتصال الشخصى أكثر من اعتمادها على وسائل الاتصال غير الشخصى ( وسائل الاتصال العامة ) ويرجع ذلك إلى الأسباب الآتية:

- ١- أن وسائل الاتصال الشخصى أكثر تأثيرا وفاعلية من وسائل الاتصال العامة •
- ٢- قلة المخصصات المالية لبعض إدارات العلاقات العامة ، مما يجعلها غير قادرة على استخدام وسائل الاتصال العامة •

• تفوق وسائل الاتصال العامة ( الجماهيرى ) على وسائل الاتصال الشخصى فى عمليات اتصال إدارات العلاقات العامة بالجماهير الخارجية ، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب أهمها :-

١. كبر حجم فئات الجماهير الخارجية التى تتعامل مع بعض المؤسسات ، وانتشارها فى أماكن جغرافية متفرقة ، فضلا عن اختلاف أعمارها وأجناسها وثقافتها وقيمها وتقاليدها . .
- الخ
٢. طبيعة وسائل الاتصال العامة وخصائصها وامكاناتها وقدراتها فى الوصول إلى أكبر عدد ممكن بأقصى سرعة ممكنة .

#### رابعا : تخطيط برامج العلاقات العامة :

- هناك حوالى ٦٥,٦٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة فى المؤسسات المصرية يؤمنون بفائدة تخطيط برامج إدارات العلاقات العامة ، ويتركز معظمهم بشكل واضح فى إدارات العلاقات العامة بالشركات والوزارات والهيئات ، أما النسبة الباقية وهى حوالى ٣٤,٤٪ من العاملين فى إدارات العلاقات العامة فى مصر ، فإنهم لا يؤمنون بفائدة تخطيط برامج العلاقات العامة ، ويتركز معظم هؤلاء العاملين فى إدارات العلاقات العامة بالمحافظات والجامعات والمؤسسات الصحفية بشكل واضح . .
- بلغت نسبة الاتجاه العام لإدارات العلاقات العامة التى تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها حوالى ٥٦,١٪ من إدارات العلاقات العامة فى مصر ، وتركز معظم هذه الإدارات بشكل واضح فى الشركات والبنوك والوزارات ، بينما بلغت نسبة الاتجاه العام لإدارات العلاقات العامة التى لا تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها حوالى ٤,٩٪ من إدارات العلاقات العامة فى مصر ، وتركز معظم هذه الإدارات بشكل واضح فى الجامعات والمحافظات والهيئات ، ولاشك أن هذا من شأنه أن يؤدي - إلى جانب بعض

العوامل والمخبرات السلبية الأخرى - الى تعويق الدور الهام الذى يمكن أن تقوم به  
ادارات العلاقات العامة فى مجتمعنا ، وتقليل فعاليته بدرجة كبيرة .

• هناك حوالى ٤,٤ ٪ من ادارات العلاقات العامة التى تقوم بالتخطيط تقوم بوضع خطط  
طولة الأجل ، وحوالى ٥٩,١ ٪ منها تقوم بالتخطيط متوسط الأجل ، بينما بلغت نسبة  
الاتجاه العام لادارات العلاقات العامة التى تقوم بالتخطيط قصير الأجل حوالى ٣٦,٥ ٪  
من ادارات العلاقات العامة التى تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها ، وهذا يؤكد لنا عدم  
خضوع برامج العلاقات العامة فى معظم ادارات العلاقات العامة فى مصر لمقتضيات  
التخطيط العلمى السليم ، كما يعكس لنا النظرة غير الصحيحة الى ادارات العلاقات  
العامة فى بعض المؤسسات المصرية باعتبارها تؤدي وظيفة غير رئيسية من وظائف  
الادارة .

• هناك أسباب رئيسية تعتبر من أهم الاسباب التى أدت الى عدم وضع خطة لبرامج  
ونشاطات العلاقات العامة فى ادارات العلاقات العامة التى لا تقوم بتخطيط برامجها  
والتي بلغت نسبتها حوالى ٤٣,٩ ٪ من ادارات العلاقات العامة فى مصر سنذكرها  
طبقا لاهميتها النسبية على النحو التالى :

- ١ - عدم كفاية المخصصات المالية .
- ٢ - قلة كفاءة بعض مديري ادارات العلاقات العامة .
- ٣ - عدم تفهم الادارات العليا أو العاملين فى ادارات العلاقات العامة ببعض  
المؤسسات المصرية لاهمية العلاقات العامة .
- ٤ - سوء تنظيم بعض ادارات العلاقات العامة .
- ٥ - التغير المستمر للمشرفين أو العاملين فى بعض ادارات العلاقات العامة .

• دلت بعض النتائج على أن هناك وعيا لدى بعض العاملين بادارات العلاقات العامة التى  
تقوم بتخطيط برامجها ونشاطاتها ، وقد يرجع ذلك الى زيادة الاهتمام بعقد دورات  
تدريبية للعاملين فى بعض ادارات العلاقات العامة فى مصر ، أو حضور مديري ادارات

العلاقات العامة ببعض المؤسسات المصرية بعض الدورات التي تعقدتها المعاهد العلمية أو المراكز المتخصصة .

### أهم توصيات الدراسة :

- يجب العمل على ضمان استقرار العاملين الاكفاء فى ادارات العلاقات العامة للاستفادة من خبراتهم .
- العمل على ازالة قيود الروتين التى تفرضها بعض المؤسسات على ادارات العلاقات العامة بها ، وخاصة ما يتعلق باجراءات تسديد السلفيات او الفواتير أو اجراءات استثمارات بدل السفر أو اجراءات أذونات تشغيل السيارات . . . او ما شاكل ذلك.
- ضرورة تعاون الادارات المختلفة فى أية مؤسسة مع ادارات العلاقات العامة بها ، حتى يتسنى لها أن تقوم بأداء واجباتها على أكمل وجه .
- ضرورة توفير الامكانيات اللازمة لادارات العلاقات العامة ، وزيادة المخصصات المالية بحيث تتكافأ مع المسؤوليات التى تقع على عاتقها ، حتى يتسنى لها تأدية رسالتها على اكمل وجه
- نبغى ألا يشكو مديروا ادارات العلاقات العامة من ضعف الامكانيات المادية أو الفنية أو غيرها تعليلا لوجه الضعف أو القصور فى ممارسة نشاطاتهم ، وذلك لان العمل فى ميدان العلاقات العامة يتطلب حسن التصرف والحركة الذاتية والانجازات السريعة .
- يتبغى أن يكون البحث العلمى والتخطيط السليم المدروس والتقييم الموضوعى هو أساس العمل فى ادارات العلاقات العامة فى مصر .
- ضرورة اشتراك العاملين فى ادارات العلاقات العامة فى وضع وتخطيط برامج ونشاطات اداراتهم ، ضمانا لاقتناعهم وإيمانهم بالعمل الذى يكلف به كل فرد منهم .

- ينبغي على العاملين في ادارات العلاقات العامة عدم وضع خطط غير قابلة للتنفيذ .
- ينبغي تدريب جميع الموظفين بأية مؤسسة من المؤسسات على فن العلاقات العامة أو التعامل الانساني، وخاصة هؤلاء الذين يتصلون بالجمهور بحكم عملهم .
- عقد مؤتمر سنوي للسادة مديري ادارات العلاقات العامة في مصر لتبادل الآراء والخبرات ولبحث المشاكل التي تقابلهم أثناء ادائهم لعملهم أو ممارستهم لمهنتهم ، ودراسة أهم المقترحات من أجل تحقيق الوحدة الفكرية للعاملين في هذا الميدان ، والتنسيق بين نشاطهم في صوره المتعددة وألوانه المتجددة .
- دعم جمعية العلاقات العامة العربية وتوطيد الصلة بينها وبين المعاهد والكلليات المصرية العربية المهمة بتدريس مادة العلاقات العامة لتنسيق الجهود البحثية التي ترمى الى تطوير مهنة العلاقات العامة وتطبيقاتها في مختلف المؤسسات المصرية والعربية .
- ضرورة الاهتمام بتدريس مادة العلاقات العامة لجميع طلاب المعاهد العليا والجامعات نظرا لأهميتها الكبرى في حياتهم العملية ، وخاصة كل من يحتم عليه عمله الاتصال بالجمهور والتعامل معها كالأطباء والمهندسين والمحامين وجميع أرباب المهن الحيه . . . وغيرهم .
- ينبغي على جميع ادارات العلاقات العامة في مصر أن تقوى الشعور بالانتماء والولاء لدى العاملين في المؤسسات المصرية لبلدهم مصر ، ذلك لان الشعور بالانتماء والولاء قد يؤدي في كثير من الاحيان الى التضحية والفداء .
- ينبغي على العاملين في ادارات العلاقات العامة في مصر والدارسين لها والباحثين في ميدانها أن يستمدوا أهم أسس ومبادئ العلاقات العامة من القرآن الكريم فهو خير مرجع ، وأخصب منهل .

# تطور أساليب إخراج التحقيق الصحفي

اسم الباحث : فوزى عبد الغنى خلاف .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

إشراف : د/ عبد الوهاب كحيل      أ / يحيى أبو بكر      أ/ سعيد اسماعيل

سنة المنح : ١٩٨٨ .

---

## مشكلة الدراسة وأهدافها :

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على أشكال التغير التى حدثت فى أساليب اخراج التحقيق الصحفى وأفضلها مناسبة له ومعرفة العوامل المؤثرة فى ذلك فى كل من الجريدة والمجلة ، خلال الفترتين التاليتين :

الفترة الاولى من ١٩٦٢ حتى ١٩٦٣

الفترة الثانية من ١٩٨٥ حتى ١٩٨٧

## نوع الدراسة :

- وصفية ، وذلك للحصول على وصف كامل ودقيق للمشكلة .

## منهج الدراسة :

- المنهج التاريخى والمنهج التطورى والمنهج المسحى والمقارن .



## أدوات جمع البيانات ومادة الدراسة :

١. تحليل المضمون .

٢. استقصاء غير مقنن .

٣. الملاحظة .

وقد تم بلورة مشكلة الدراسة في مجموعة من التساؤلات تهدف الدراسة للإجابة عليها هي:

- هل استفاد المخرج الصحفي من امكانيات الجمع التصويرى والطباعة الملساء فى اخراج التحقيق الصحفى ؟
- ما هو تأثير اساليب اخراج الاعلانات المجاورة للتحقيق الصحفى على اخراجه ؟
- ما هو تأثير العناصر التيبوغرافية والاشكال التحريرية المجاورة للتحقيق الصحفى على درجة وضوحه ؟
- ما هى العلاقة بين مساحة الصور وبين اخراج التحقيق ؟
- ما مدى اهتمام الصحف بالتحقيق الصحفى من حيث النوع ، والموقع والمساحة ودرجة النشر ، وما هى دلالة الموقع والمساحة على اخراج التحقيق الصحفى ؟
- هل هناك علاقة بين نقص مساحة الصور وزيادة استخدام الاطارات والارضيات داخل التحقيق أم لا ؟

## خطة البحث :

وتشمل الدراسة الفصول الاتية :

### الفصل الأول : الاتجاه نحو التحقيق الصحفى

- |                 |                                |
|-----------------|--------------------------------|
| المبحث الأول :  | أهمية التحقيق الصحفى وماهيته • |
| المبحث الثانى : | ظهور فن التحقيق الصحفى •       |
| المبحث الثالث : | مصادر التحقيق الصحفى وأنواعه • |
| المبحث الرابع : | كتابة التحقيق الصحفى •         |

المبحث الخامس: الحاجة الى التفسير .

المبحث السادس: الخلق الصحفى .

الفصل الثانى: العوامل المؤثرة فى اخراج التحقيق الصحفى

المبحث الأول : مفهوم الاخبار وأهميته .

المبحث الثانى: وجوب الاهتمام باخراج التحقيق الصحفى .

المبحث الثالث : العوامل المؤثرة فى اخراج التحقيق الصحفى ويشمل

المؤثر الأول : عامل الوسيلة . ويشمل ما يلى :

أولا : تأثير الاعلان .

ثانيا : تأثير الورق .

ثالثا : تأثير الوقت .

رابعا : تأثير المساحة .

خامسا: سياسة التحرير .

الفصل الثالث : أسس اخراج التحقيق الصحفى فى الجريدة والمجلة ، ويشمل:

المبحث الأول : اخراج التحقيق الصحفى فى الجريدة ويشمل جانبين

هما:

اخراج الاعلانات المجاورة للتحقيق .

اخراج التحقيق الصحفى فى الجريدة ويشمل :

أولا : السلوك البصرى للقارئ .

ثانيا : ضوابط اخراج التحقيق فى الجريدة .

ثالثا : أساليب اخراج التحقيق فى الجريدة .

المبحث الثانى : اخراج التحقيق فى المجلة .

أولا : ضوابط اخراج التحقيق فى المجلة .

ثانيا : أساليب اخراج التحقيق فى المجلة .

الفصل الرابع : تبين تأثير الوحدات التيبوغرافية فى اخراج التحقيق .  
المبحث الأول : تأثير الصور والرسوم فى اخراج التحقيق الصحفى .  
المبحث الثانى : تأثير العناوين فى اخراج التحقيق الصحفى  
المبحث الثالث : تأثير الالوان فى اخراج التحقيق الصحفى  
المبحث الرابع : تأثير الاطارات والجداول والفواصل فى اخراج  
التحقيق الصحفى

الفصل الخامس: تأثير التقدم الطباعى فى اخراج التحقيق الصحفى  
المبحث الأول : الطباعة والمفهوم التكنولوجى  
المبحث الثانى : تأثير الطباعة التقليدية فى اخراج التحقيق الصحفى  
المبحث الثالث تأثير الطباعة الحديثة والكمبيوتر فى اخراج التحقيق  
الصحفى

الفصل السادس: خطوات اجراءات الدراسة التحليلية .  
الفصل السابع: جدولة وعرض الدراسة التحليلية فى الجريدة وتفسير النتائج .  
الفصل الثامن : جدولة وعرض الدراسة التحليلية فى المجلة وتفسير النتائج .  
الخاتمة: النتائج والتوصيات .  
ثبت المراجع والملاحق .

### أهم نتائج الدراسة :

- ١ - أدى استخدام الجمع التصويرى والطباعة الملساء الى المساعدة على تنفيذ أسلوب اخراج التحقيق المناسب بواسطة تنوع أحجام واتساعات العناوين وتنوع الفواصل والاطارات والجداول والرموز الفنية والاشكال الكثيرة التى تتيحها اجهزة الجمع التصويرى كما ادى ذلك المتغير الطباعى الى كثرة الشبكات المختلفة وتدرجات اللون الاسود والالوان غير السوداء .
- ٢ - ان الفترة الثانية أقل تأثيرا بالاعلانات المجاورة والعناصر التيبوغرافية .

- ٣ - كلما زادت أو نقصت مساحة الصور تغير معها اخراج التحقيق •
- ٤ - أكد المتغير الزمني اهتمام الصحف بموقع ومساحة التحقيق ودرجة نشره فى الفزة الثانية أكثر من الفزة الأولى •

### اهم التوصيات :

- ١ - نوصى بالاهتمام بزيادة تحقيقات الصفحات المتخصصة •
- ٢ - نوصى بالاستفادة بالالوان المستخدمة فى الاعلانات المجاورة للتحقيق ، وذلك باستخدامها فى اخراج التحقيق المجاور •
- ٣ - نوصى بتدريب مخرجى الصحف بصفة عامة على امكانيات الميكنة الحديثة من أجهزة الجمع التصويرى والطباعة الملصاء ، لاستغلال طاقتها بالكامل عند قيامه بعملية الاخراج •
- ٤ - نوصى بمراعاة السلوك البصرى لعين القارئ عند توزيع العناصر التيوغرافية المعبرة عن مضمون التحقيق •
- ٥ - نوصى بمخرج التحقيق الصحفى أن يعرف على أساليب اخراج الاعلانات والاشكال التحريرية والعناصر التيوغرافية المجاورة للتحقيق ، حتى يتلافى تأثيرها السلبى أثناء رسمه للتحقيق الصحفى •

# الصحافة المصرية

## والإعلام السياسى فى مصر

من سنة ١٩٥٢ م حتى سنة ١٩٦٢ م

اسم الباحث : فرج حلمى الشناوى .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

الاشراف : د.أ/ مختار التهامى . د.أ/ منير حجاب .

سنة المنح : ١٩٨٨ م .

---

### مشكلة الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل ونقد ما طرحته ثورة يوليو من شعارات ومبادئ وأهداف ورموز سياسية واجتماعية واقتصادية تواكب مراحل تطورها المختلفة فى الفترة من ٢٣ يوليو ١٩٥٢ وحتى نهاية ديسمبر ١٩٦٢ باستخدام وتوظيف أدوات وفنون الإعلام السياسى لما لها من أهمية فى تهيئة الرأى العام المصرى وتحريك دوافعه وسلوكياته للالتفاف حول الثورة وخلق الإدراك وتماسك المجتمع والتنشئة السياسية للأفراد .

## أهداف الدراسة :

- ١- التعرف على أثر غيبة أيديولوجية سياسية واجتماعية وثقافية واقتصادية لثورة يوليو في بدايتها في تحديد توجهات ومعالج السياسة الإعلامية للإعلام السياسى فى الصحافة المصرية ( الأهرام - أخبار اليوم - الجمهورية ) وأثر ذلك على الدور المنوط بهذا الإعلام فى خدمة قضايا الثورة ومعاركها وأهدافها وإجراءاتها .
- ٢- التعرف على درجة الاتساق والاختلاف فى تبنى ما يسمى بـصحافة الثورة والمثثلة فى جريدة الجمهورية والصحافة المملوكة لأفراد ممثلة فى الأهرام كجريدة يومية وأخبار اليوم كجريدة أسبوعية لمواقف القيادة السياسية والمعارك التى كانت تخوضها داخليا وخارجيا وكيفية معالجتها لتلك الأحداث والمعارك والإجراءات .
- ٣- التوصل إلى رصد ممارسات ثورة يوليو لفنون وأساليب الدعاية السياسية والإعلام السياسى ومدى تطور الفنون فى الصحافة المصرية لمواكبة الأحداث والمعارك والمواقف التى اتخذتها الثورة فى المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والعسكرية والثقافية الهامة من يوليو ١٩٥٢ حتى ديسمبر ١٩٦٢م .
- ٤- تحديد إلى أى مدى نجحت فنون وأساليب ومضمون هذا الإعلام السياسى فى الصحافة المصرية فى بلورة وصقل أدوات وأسلحة كان لها فاعلية كبيرة مكنت الثورة من الانتصار فى معاركها وأكسبت الرأى العام المصرى قدرة على المواءمة والتكيف والتجاوب مع فكر الثورة ومنجزاتها .
- ٥- الكشف عن الدور الذى لعبه هذا الإعلام السياسى وتلك الدعاية السياسية من خلال الصحافة المصرية فى تغير بناء المجتمع المصرى .
- ٦- التعرف على الوظائف السياسية للأعمال الصحفية المنشورة فى صحف الدراسة فى تفسير الأحداث والمواقف التى اتخذتها الثورة والى أى مدى أسهمت هذه الوظائف فى إعادة بناء التثنية السياسية للمواطن المصرى .
- ٧- الكشف عن وجود ما يمكن أن يطلق عليه إعلام سياسى مضاد لفكر ومبادئ الثورة وتوجهاتها السياسية والاجتماعية .

٨- رصد التغير الحادث فى مواقف صحف الدراسة خلال فترة البحث من خلال

الأعمال الصحفية المنشورة بها .

٩- التعرف على التغير الحادث فى أساليب ومضمون الأعمال الصحفية المنشورة فى

صحف الدراسة .

١٠- الكشف عن الدور الذى مارسته صحف الدراسة فى تأكيد مستويات القيم

والمعتقدات وبأى أشكال التحرير الصحفى .

### نوع الدراسة :

دراسة وصفية تستهدف إجراء دراسة تحليلية للأعمال الصحفية المنشورة بصحف

الدراسة ( الأهرام - أخبار اليوم - الجمهورية ) والتي تغطى مختلف أحداث الثورة

وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً بغرض استخلاص نتائج ودلالات تحقق أهداف

البحث .

### منهج الدراسة :

أ- المنهج التاريخى .

ب- المنهج التحليلى .

ج- المنهج المقارن .

### أدوات جمع البيانات :

- مصادر ومراجع تاريخية وصحفية .

- المقابلة البؤرية .

- المقابلات التعمقية .

### مجتمع الدراسة :

حصر شامل لجميع الأعداد التى صدرت من :

- أ- جريدة الأهرام اليومية الصادرة فى الفترة من ٢٣ يوليو عام ١٩٥٢ حتى ٣١ ديسمبر ١٩٦٢ م
- ب- جريدة الجمهورية اليومية الصادرة فى الفترة من ٧ ديسمبر عام ١٩٥٢ حتى ٣١ ديسمبر عام ١٩٦٢ م.
- ج- جريدة أخبار اليوم الأسبوعية الصادرة فى الفترة من ٢٣ يوليو سنة ١٩٥٢ حتى ٣١ ديسمبر ١٩٦٢ م.

### نتائج الدراسة :

١- اتضح للباحث أن الثورة قد تخطت فيما طرحته وطبقته فى مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستقلة فى الخمسينات والستينات أقصى ما كانت تطالب به أو تطرحه الجماهير والحركة الوطنية المصرية والعربية معا من مطالب اجتماعية واقتصادية وسياسية قبل قيام الثورة ، وحتى ما طرح منها على سبيل الشعارات أو المزايمة السياسية وهو ما نجحت صحف الدراسة فى تجسيده بدرجات متفاوتة فى الأعمال الصحفية المنشورة فيها خلال المدى الزمنى للبحث بمختلف الأشكال والفنون الصحفية ، كما نجحت هذه الصحف فى أن تواكب وتعكس الظروف السياسية والعسكرية والاقتصادية والاجتماعية للمجتمع المصرى وذلك من خلال توظيف الأعمال الصحفية لخدمة القضايا والمعارك التى عكستها هذه الظروف .

٢- اتضح للباحث أن الكتاب والمفكرين والصحفيين الذين شاركوا بكتاباتهم الصحفية فى مختلف القضايا والمعارك التى واجهتها ثورة يوليو - خاصة القضايا التى تصدى لرصدها ومسحها وتحليلها اعتمدوا فى كتاباتهم على خلفياتهم الثقافية وبنائهم العلمى والفكرى فى التصدى بالتفسير والشرح والتحليل والتأصيل لمختلف قضايا الثورة ومعاركها .

٣- اتضح للباحث أن الأهمية الكبرى للدور الذى لعبه قائد الثورة جمال عبد الناصر فى مجال الإعلام السياسى للثورة ، إنما يرجع بالإضافة إلى قدراته الشخصية فى



المجال الإعلامى إلى التزامه طوال حياته بمبدأين لم يحد عنهما هما: ( الوطنية بمعنى التضال الدؤوب ضد الاستعمار فى كل أشكاله وصوره، والانحياز بمعنى الوقوف إلى جانب الجماهير الشعبية فى كل منعطف حاسم فى حياة الثورة ) وهذا يعكس استيعابه لحركة المجتمع وفهمه لتجارب الشعوب ودروس التاريخ ووعيه بمغفريات العصر وهو وما جعله يربط الفكر بالانجاز . وهذا جمع بين أهم عنصريين فى الدعاية السياسية وكسب المصادقية لدعوته .

٤- اتضح للباحث من خلال الرصد والمسح الكامل لكافة الأعمال الصحفية المنشورة بصحف الدراسة خلال فترة البحث وتحليلها أنه رغم عدم وجود أيديولوجية كاملة لثورة يوليو توجه مسارات اجراءاتها ومعاركها ومواقفها تجاه مختلف الموضوعات الداخلية والخارجية إلا أنه كان هناك ما يمكن أن نسميه سياسات توجه الإعلام المصرى عامة والصحافة المصرية خاصة والتي يقصد بها ( مجموعة من المبادئ والقواعد والأسس والتوجيهات والشروح والأساليب التى تحكم توجيهات العمل الإعلامى فى مختلف المجالات ) ، وهى لم تكن مكتوبة أو موثقة فى قرارات بل اتضحت من خلال الشروح التى كانت القيادة السياسية تقدمها فى مختلف المناسبات .

٥- تبين للباحث من خلال رصد ومسح وتحليل كافة الأعمال الصحفية المنشورة وصحف الدراسة خلال المدى الزمنى للبحث قيام النموذج الاتصالي على التبعة .

٦- قدمت الأعمال الصحفية المنشورة بصحف الدراسة خلال المدى الزمنى للبحث صورة إجمالية وكنية للإنجازات والمواقف والاجراءات والمعارك التى واجهتها ثورة يوليو ١٩٥٢ سواء على المستوى الخلى أو الإقليمى أو العالمى وذلك بالشرح والتفسير والتحليل .

٧- اتضح للباحث وجود فروق هامة فى مضمون الأعمال الصحفية المنشورة بصحف الدراسة خلال المدى الزمنى للبحث من زاوية التوجيهات الفكرية الحاكمة والموجهة هذه الكتابات فى مرحلتى ما قبل صدور ميثاق العمل الوطنى وما بعدها

حيث اتخذت هذه الكتابات شكل الاجتهادات الشخصية لكاتبها والتي تعتمد على تكوينه العقائدى والسياسى والفكرى فى خدمة مواقف الثورة واجراءاتها ومعاركها وذلك من المرحلة الأولى الممتدة من ٢٣ يوليو ١٩٥٢ وحتى ٢١ مايو سنة ١٩٦٢ وساعد على بروز هذه الفروق التناول الفكرى والنظرى لقضايا الثورة وشرحها فى ضوء الشروح التى كانت تقدمها القيادة السياسية فى مختلف المناسبات .

٨ - اتضح للباحث من رصد وتحليل لقاءات الرئيس جمال عبد الناصر مع القيادات الصحفية المسئولة عن إدارة وتوجيه الصحافة خلال المدى الزمنى للبحث والمناقشات التى أجراها الباحث مع بعض هذه القيادات " محمد حسين هيكل إحسان عبد القدوس ، مصطفى أمين ، أحمد حمروش ، أحمد ابو الفتوح ، مصطفى بهجت بدوى ، لطفى الخولى ، خالد محيى الدين ، أحمد بهاء الدين ، د. محمد عبد القادر حاتم " اتفاق معظمهم على أن ممارسات الصحافة المصرية فى ظل الملكية الخاصة لأصحابها دفعت إلى التفكير فى تنظيم الصحافة بحيث تصبح أداة فعالة من أدوات الإعلام السياسى للثورة لإيمانه بالدور الهام الذى تضطلع به الصحافة فى تشكيل وتوجيه الرأى العام ، كما جعلته بعض هذه الممارسات الخاطئة فى الصحافة المصرية يصدر صحفا ناطقة بلسان الثورة وحشد كبار الصحفيين والمفكرين والكتاب للكتابة بها والتعبير عن فكر الثورة ونسقتها القيمى الجديد ، وقد أكدت دراسة الباحث وتحليله للأعمال الصحفية المنشورة فى صحف الدراسة خلال الفترة من ١٩٥٢ وحتى آخر سنة ١٩٦٢ انحراف بعض هذه الممارسات الصحفية وصحة التوجيهات التى دفعت بالرئيس عبد الناصر للأخذ بهذه الاجراءات .

## التوصيات :

وفى ضوء نتائج الدراسة ، يمكن الباحث أن يقرر حقيقة هامة هى : أنه كما كان للصحافة المصرية دور رئيسى وهام فى التمهيد والتبشير بقيام ثورة يوليو ١٩٥٢ ، كان لها الدور نفسه فى دعم مجتمع الثورة ومواكبة مسيرته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وغرس الانتماء والولاء لأهداف ومبادئ وقيم المجتمع الجديد ، فلقد كان موقف صحف الدراسة متسقا فى اجماله مع موقف قيادة الثورة خاصة بعد أزمة مارس ١٩٥٤ التى تحققت بعدها سيطرة مجلس قيادة الثورة على مقاليد الأمور فى مصر ، أما عن التفاوت فى مواقف المواكبة والتأييد لإجراءات ومواقف الثورة ومعاركها فى الصحف الثلاث ، فإن هذا التفاوت يعود من واقع الأمر الى مدى إيمان الكتاب والمفكرين بتوجهات الثورة أو عدم إيمانهم مع الوضع فى الاعتبار التكوين الفكرى والأيدىولوجى الخاص بكل منهم .

# دور بحوث الإعلام فى تنمية المجتمع المصرى دراسة تحليلية ميدانية

اسم الباحثة : سحر محمد وهبى عبد الموجود .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

اشراف : أ.د/ عبد الهادى الجوهري . دكتور/ عبد الوهاب كحيل .

سنة المنح : ١٩٩٠ .

---

## مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنحصر المشكلة الرئيسية لهذه الدراسة فى محاولة ( تحديد دور بحوث الاعلام فى تنمية المجتمع المصرى ) ، وقد تم بلورة هذه المشكلة فى مجموعة من الأهداف أو التساؤلات هى :  
أولا : بالنسبة للدراسة التحليلية كما يلى :

- ١- ما الموضوعات التى اهتمت بها بحوث الإعلام التتموى ؟
- ٢- ما المناهج الإعلامية المستخدمة والى أى مدى ساعدت هذه المناهج على تحقيق أهداف هذه البحوث ؟
- ٣- ما المعوقات المنهجية المختلفة التى شابت هذه البحوث وقللت من امكانيات الاستفادة منها ؟

٤- ما النتائج التى توصلت إليها تلك البحوث ؟

ثانيا : بالنسبة للدراسة الميدانية :

١- هل لبحوث الإعلام دور فى التنمية ؟

٢- هل تستفيد المؤسسات الإعلامية من هذا الدور ؟

٣- ما هى العوائق التى تحول دون الاستفادة من هذه البحوث وأى هذه العوائق يعوق أكثر من غيره ؟

نوع الدراسة ومناهجها :

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية ، واعتمدت فى الشق التحليلى على استخدام منهج المسح التحليلى وذلك لتحليل المعوقات المنهجية لبحوث الإعلام التتموى تحليلا كميا يمكننا من تحديد الإجراءات المنهجية لهذه البحوث ومعوقاتها .

ولمساعدة منهج تحليل المضمون على تحقيق الهدف الأساسى للدراسة فلا بد أن تتم إجراءاته فى إطار منهج دراسة الحالة ويقصد به اختيار عدد محدود من المفردات المثلة ودراستها دراسة شاملة متعمقة بهدف الوصف والفهم الكاملين لكل حالة على حدة ، ولجميع العوامل المتشابكة والقوى الداخلة فى كل منها ، والعلاقات بينها ومدى الترابط بين هذه العوامل ، وكذلك بهدف التعرف على كل الخصائص العامة لجميع الحالات أو المفردات تحت البحث واكتشاف نوع الخصائص المشتركة بين هذه الحالات .

وبالنسبة للدراسة الميدانية فقد اعتمدت على منهج المسح الميدانى ، وهو أحد مناهج الدراسات الوصفية التى تستهدف أساسا تصوير وتحليل وتقويم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر ، ويساعد فى هذا البحث فى التعرف على الآراء والأفكار للممارسين الإعلاميين والأكاديميين واتجاهاتهم نحو الاستفادة من البحوث الإعلامية فى مجال التنمية

ومشكلاتها وتصوراتهم لمستقبلها وكذلك الآراء والأفكار الخاصة بالأساتذة المشرفين على البحوث الإعلامية والباحثين الإعلاميين نحو نفس هذه المجالات .

## أدوات جمع البيانات :

أولا : بالنسبة للدراسة التحليلية :

كانت أداة جمع البيانات هي استمارة تحليل المضمون ، وتم فى إطارها دراسة المعوقات المنهجية لنماذج تم اختيارها عشوائيا من البحوث الإعلامية التتموية التى أجازتها كلية الإعلام وقسم الصحافة بآداب سوهاج خلال هذه الفترة .

ثانيا : بالنسبة للدراسة الميدانية :

فقد استخدم الاستقصاء كأداة لاستيفاء المعلومات التى تتضمنها استمارة البحث وذلك على مرحلتين :

المرحلة الأولى : وخصصت فيها استمارة للباحثين والأساتذة المشرفين على البحوث الإعلامية .

المرحلة الثانية : وخصصت استمارة أخرى للممارسين الإعلاميين فى وسائل الإعلام المختلفة .

## نتائج الدراسة :

أولا : نتائج العرض التحليلى لعينة بحوث الإعلام التتموى :

١- يبلغ عدد البحوث الإعلامية التى أجازتها كلية الإعلام فى مرحلتى الماجستير والدكتوراة من ١٩٧٧ حتى ١٩٨٨ (٢٥٥) بحثا وعدد البحوث التى أجازها قسم الصحافة بآداب سوهاج منذ بدء الدراسة به ١٩٧٧ حتى ١٩٨٨ (٢١ بحثا) ما بين درجتى الماجستير والدكتوراه .

وبلغت عدد البحوث الإعلامية الخاصة بتنمية المجتمع المصرى (٣١) بحثا وبذلك تكون نسبة بحوث الإعلام التتموى ١١,٢٥% من جملة البحوث الإعلامية .

- ٢- تأتي التنمية الاجتماعية فى مقدمة اهتمام بحوث الإعلام التمرى فبلغ نسبتها ٣٥,٤٨٪ من جملة هذه البحوث .
- ٣- تأتي فى المرتبة الثانية البحوث الإعلامية التى تعالج التنمية بصورة عامة دون التركيز على مجال معين وتبلغ نسبتها ٣٢,٢٥٪ من جملة بحوث الإعلام التمرى .
- ٤- أهملت البحوث قنوات الاتصال التقليدية مثل الخطبة والندوة وقادة الرأى .
- ٥- عدم وجود دراسات للوظائف التمرية لوسائل الإعلام وأهدافها .
- ٦- نقص دراسات تأثير مضمون الوسائل الإعلامية مع الجمهور وكذلك التى تحدد الأسباب المختلفة لقصور التأثير الإعلامى ودراسات رجوع الصدى .
- ٧- إن هناك وسائل إعلامية لم تتعرض لها بحوث الإعلام التمرى رغم أهميتها فى مجال التنمية وهى السينما والفيدىو .
- ٨- تأتي الصحافة فى المرتبة الأولى من حيث اهتمام البحوث الإعلامية التمرية بها وذلك بنسبة ٢,٥٨٪ يليها الإذاعة ثم التلفزيون فالأصل الشخصى وأخيراً العلاقات العامة والإعلان .
- ٩- اعتمدت عينة الدراسة على منهج المسح الميدانى والتحليلى دون سائر المناهج الأخرى واكتفت هذه الدراسات بتحديد الأهداف سواء فى شكل تساؤلات أو حل تقريرية . واستغنت عن فرض الفروض .
- ١٠- يمثل أسلوب العينة وخاصة العينة العشوائية المنتظمة أو الطبقة أكثر الأنواع استخداماً فى بحوث الإعلام التمرى ويرجع ذلك لصعوبة إجراء الحصر الشامل .

ثانياً : نتائج الدراسة الميدانية للممارسين الإعلاميين والباحثين الأكاديميين :

- ١- أظهرت الدراسة أن عينة الممارسين الإعلاميين يعتقدون بأهمية التعاون مع الباحثين الأكاديميين وذلك فى رأى ٨٨٪ من عينة الممارسين .
- أما عن عينة الأكاديميين الإعلاميين فقد أثبتت الدراسة أن التعاون ضعيف ويكاد يكون معدوماً بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الأكاديمية وذلك فى رأى ٥٣٪ من عينة الأكاديميين .

- ٢- أظهرت الدراسة أن هناك أربعة أوجه للتعاون في مجالات البحوث الإعلامية هي :
- أ - تعاون في مجال تحديد المشكلات البحثية .
  - ب- تعاون في مجال توفير تيسيرات لتفيل هذه البحوث .
  - ج- تعاون في مجال إجراء هذه البحوث والإشراف عليها .
  - د - تعاون في مجال تحديد كيفية الاستفادة والتطبيق .
- ٣- أظهرت الدراسة أنه في مجال تحديد الإطار العام للسياسة الإعلامية أكد ٥١٪ من جملة عينة الممارسين أن بحوث الإعلام تساعد بشدة في تطويرها بينما نسبة ١٣٪ منهم ترى أنها تساعد بصورة متوسطة ويؤكد ٣٦٪ منهم أنها لا تساعد على الإطلاق في تحديد الأطر العامة للسياسة الإعلامية .
- ٤- أثبتت الدراسة أن قطاع التنمية الاجتماعية من أكثر قطاعات التنمية التي حظيت باهتمام أكبر من قبل الباحثين الإعلاميين والدراسات الإعلامية التيموية وذلك في رأى كل من الممارسين والباحثين على السواء .
- ٥- أثبتت الدراسة أن نسبة الاستفادة من البحوث الإعلامية قليلة وتحتاج الى اهتمام ودراسات للكشف عن عوائق الاستفادة ووضع الحلول لها .
- ٦- هناك فجوة كبيرة بين ما يمكن أن تسهم به البحوث الإعلامية في تطوير الممارسات الإعلامية وبين ما قامت به فعلا .

### التوصيات :

- ١- ضرورة وجود خطة قومية لبحوث الإعلام لتحديد مجالاتها وأنواعها وأولوياتها في إطار استراتيجية بحثية أو تصور نظري لبحوث الإعلام .
- ٢- ضرورة وجود خطة للتعاون في مجال البحوث بين كليات وأقسام ومراكز الإعلام والصحافة وبين المؤسسات الإعلامية المختلفة على المستوى المحلي والعربي لتحقيق التقارب بينها من خلال المؤتمرات والندوات والاتفاق على الأساسيات والمصطلحات الإعلامية .



٣- إنشاء مراكز دراسات خاصة ببحوث الإعلام فى المؤسسات الإعلامية لإجراء البحوث ومتابعة الاستفادة من نتائج البحوث بالمؤسسات الأخرى ، وتوفير الاحصاءات ومصادر المعلومات والأجهزة والمتطلبات الأساسية للبحث الإعلامى .

٤- أن تعكس البحوث مشكلات المؤسسات الإعلامية والاحتياجات الإعلامية والتموية للمجتمع .

٥- زيادة ادراك ووعى المسؤولين بالمؤسسات الإعلامية لأهمية البحوث الإعلامية .

٦- ضرورة التخطيط لإعداد الكوادر البحثية وإعطاء الفرصة للناخبين منهم .

٧- ضرورة تخصيص نسبة ٥٪ من ميزانيات المؤسسات الإعلامية لدعم البحوث الإعلامية وتوفير المتطلبات المادية للباحثين .

٨- ضرورة التنوع فى استخدام المناهج العلمية المختلفة والتنسيق بين البحوث التى تهدف تطوير جوانب نظرية والبحوث التى تستهدف معالجة مشكلات تطبيقية ، مع ضرورة الالتزام بالدقة فى مختلف خطوات البحوث الإعلامية .

٩- نشر نتائج البحوث الإعلامية وإحاطة العاملين بالمؤسسات الإعلامية بأهم نتائجها ، وذلك من خلال مجلة علمية دوية ربع سنوية تحت عنوان " الرسائل الإعلامية الجامعية " تقوم بحصر رسائل الماجستير والدكتوراة التى يتم مناقشتها فى كليات وأقسام الإعلام على مستوى الوطن العربى وأهم ما ورد بها من نتائج وتوصيات ، كما تقوم فى نفس الوقت بطرح المشكلات التى تحتاج إلى بحث ودراية .

# الملصقات الإعلانية وأهميتها فى تنمية الريف المصرى

اسم الباحث : محمد أحمد اسماعيل ابو فرحة.

الدرجة العلمية : دكتوراة .

الاشراف : أ.د/ عبد الحميد بهجت فايد . أ.د/ احسان سعد الدين عسكر .

د/ عبد الوهاب كحيل .

سنة المنح : ١٩٩٠ .

## مشكلة الدراسة :

تحاول هذه الدراسة التصدى لموضوع الملصقات كأحد وسائل الاتصال الجماهيرى الإقناعية، وأهميتها على وجه الخصوص فى التنمية الريفية ، فهذه الدراسة هى إحدى المحاولات العلمية التى تريد أن تسهم فى إلقاء الضوء على أهمية الملصق فى تنمية المجتمع الريفى ، حيث تبين للباحث أن هذا الموضوع لم يحظ باهتمام الباحثين فى ميدان الدراسات الإعلامية والاجتماعية .

ويعنى أكثر تحديدا تكمن مشكلة هذه الدراسة فى التعرف على الأهمية النسبية التى يحتلها الملصق بين وسائل الاتصال الأخرى فى التنمية الريفية على وجه التحديد ، ثم التعرف على دور الأسس الفنية للملصقات ومكوناتها الأساسية التى تؤثر على كفاءتها الاتصالية والإقناعية، وفى إثارة الوعى بالتنمية .

## أهداف البحث :

تهدف هذا الدراسة إلى تحقيق هدفين أساسيين :

الهدف الأول : هدف تطبيقي ، وهو يتضمن تزويد العاملين فى المجالات الإعلامية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتعليمية ، بمعلومات حقيقية عن الوضع الراهن لدور الملتصقات وأهميتها كأحد وسائل الاتصال الإقناعية فى إثارة الوعى بالتنمية الريفية ، حيث أن هذه المعلومات تعد ذات قيمة عملية ، قد تؤيد وتدعم ممارسات قائمة ، أو ترشد إلى سبل تغييرها نحو ماينبغى أن يكون .

الهدف الثانى : هدف علمى ، حيث تقدم هذه الدراسة الحقائق والتعميمات بما يضيف إلى رصيدنا من المعارف ، مما يساعد على فهم الظواهر فى المجالات الاجتماعية والإعلامية والاقتصادية والثقافية للتنمية والتنبؤ بحدوثها .

ويمكن بلورة هذه الأهداف فى مجموعة من التساؤلات هى :

- هل للملتصقات أهمية فى إثارة الوعى بالتنمية لدى أبناء المجتمع الريفى ؟
- ما مدى هذه الأهمية بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى ؟
- أين موقع الملتصقات بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية لأخرى من القرية المصرية ؟
- هل تستطيع الملتصقات أن تساعد وتدعم جهود وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى فى إثارة الوعى بالتنمية الريفية ؟
- هل للأسس الفنية لتصميم الملتصقات أهمية فى لإسهام فى جذب انتباه الأفراد فى الريف إلى التعرف على مكوناتها ، وفهم مضمون الرسالة التى تحملها الملتصقات وفهم فكرتها ؟

## فروض البحث

- ١- ليس هناك ارتباط بين المبحوثين المتعلمين وغير المتعلمين فى ترتيبهم للمشكلات التى تعانى منها قرى البحث .

- ٢- ليس هناك ارتباط بين المبحوثين بالقرى القريبة والمبحوثين بالقرى البعيدة فى ترتيبهم للمشكلات التى تعاني منها قرى البحث .
- ٣- ليس هناك فروق جوهريه واختلاف فى النسب المتوية بين المبحوثين المتعلمين وغير المتعلمين أو بين المبحوثين بقرى البحث القريبة والمبحوثين بقرى البحث البعيدة عند تحديد أهمية الملصقات فى إثارة الوعى بالتنمية الريفية .
- ٤- ليس هناك فروق جوهريه بين وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة - الصحف والاذاعة والتلفزيون والملصقات - فى تناولها لبعض المشكلات الريفية .

### منهج الدراسة :

تستخدم هذه الدراسة المناهج الآتية :

١. منهج المسح الميدانى : جمع البيانات ذات الصلة الوصفية التى تفيد فى تخطيط النشاط الإعلامى عامة ، والتخطيط لكيفية الاستفادة من الملصقات كوسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرى خاصة فى إثارة الوعى بالتنمية الريفية ، تحليل وتفسير هذه البيانات واستخلاص تبويبها إذ أن مجرد وصف ما هو كائن لا يشكل جوهر عملية البحث الوصفى ، والاستنتاجات ذات الدلالة والمغزى بالنسبة للمشكلة المطروحة .
٢. المنهج المقارن ، للمقارنة بين وسائل الاتصال الجماهيرية ، الصحف والاذاعة والتلفزيون والملصقات ، لتحديد الموقع الذى تحتله الملصقات بين وسائل الاتصال الجماهيرية فى تناولها للمشكلات الريفية ، والإسهام فى إثارة الوعى بالتنمية لدى الأفراد فى المجتمع الريفى .

### أداة جمع البيانات :

قام الباحث بإعداد قائمة استقصاء والإسماعنة بالمقابلة الشخصية باعتبارها أداة لاستيفاء المعلومات التى تتضمنها القائمة ، وذلك لأن هذه الأداة تتيح للباحث الفرصة لمناقشة أفراد عينة البحث وايضاح المقصود من الأسئلة والبيانات الواردة بها ، والتحقق من صحة وصدق البيانات التى أدلى بها المبحوثون .

كما اعتمد الباحث على المقابلات الشخصية لهم في الحصول على العديد من الآراء حول أهمية استخدام الملصقات في التسمية الريفية بصفة عام، وفي مجالاتهم بصفة خاصة والمعوقات التي تحول دون الاستفادة من الملصقات بوصفها وسيلة إعلامية اقناعية .

### عينة البحث :

تم اختيار عينة البحث الأساسية من ريف محافظة سوهاج بطريقة المعاينة المساحية ، واختيار العينة بهذه الطريقة لا يمكن وصفها بأنها عينة عشوائية أو عينة مقيدة ذلك لأن هذه الطريقة تجمع بين الناحيتين فهي مقيدة بأوصاف المجتمع الاصلى ، وعشوائية في حدود هذه الأوصاف . وقد تم اختيار أفراد عينة البحث الأساسية الذين بلغ عددهم ٥٠٠ من أرباب الأسر من المذكور ، بالاستعانة بكشوف الحيازة الزراعية بالجمعيات من قرى مجتمع البحث .

### نتائج الدراسة :

- ١- توصل الباحث إلى أن هناك فروقا جوهرية لمشاهدة الملصقات بين المبحوثين المعلمين وغير المعلمين بالقرى الواقعة في إطار البحث عند مستوى معنوية (٠,٥) لصالح فئة المعلمين وأنه ليس للبعد الجغرافي أثر في مشاهدة الملصقات بقرى البحث .
- ٢- أن الوحدة الصحية جاءت في الترتيب الأول من حيث مشاهدة المبحوثين بقرى البحث للملصقات بها وجاءت الجمعية الزراعية في الترتيب الثاني .
- ٣- بالنسبة لأثر البعد الجغرافي لقرى البحث فقد أثبتت النتائج أنه ليس للمستوى التعليمي للمبحوثين أو البعد الجغرافي لقرى البحث أثر على قدرة الأماكن التي توجد بها الملصقات لجذب الانتباه إليها .
- ٤- كشفت نتائج دراسة اتجاه المفحوصين المعلمين وغير المعلمين نحو أثر المكونات الفنية للملصقات على لفت النظر إليها ، عن اتفاق المفحوصين المعلمين وغير المعلمين في ترتيب المكونات الفنية من حيث قدرتها على لفت النظر إليها .
- ٥- أكدت نتائج الدراسة على وجود اتفاق بين المفحوصين على أن الملصقات مفيدة في التعريف بالمشكلات الريفية ، بدرجات مختلفة ، وكشفت الدراسة عن وجود اختلاف

معنوى فى التوزيع النسبى لمدى فائدة الملصقات فى التعريف بالمشكلات الريفية لدى  
المبحوثين المعلمين وغير المعلمين عند مستوى معنوية (٠,١) .

٦- أوضحت النتائج إلى وجود ارتباط قوى إيجابى بين رتب التعريف على مضمون الملصقات  
التي عرضت على المبحوثين المعلمين وغير المعلمين بمعامل ارتباط (٠,٨٢) بدلالة  
جوهرية عند مستوى معنوية (٠,٠١) .

٧- أسفرت النتائج التي كشفت عنها الدراسة عند المقارنة بين تعرض المبحوثين لوسائل  
الاتصال الجماهيرية فى تناولها للمشكلات الريفية على أن التليفزيون احتل الترتيب  
الأول، وجاءت الملصقات فى الترتيب الثانى ، ثم الراديو وأخيرا الصحف بنسبة قدرها  
(٨٢٪ ، ٦٢٪ ، ٥٧٪ ، ٥٤٪) على التوالى .

٨- جاء ترتيب الوسائل ونسبها المتوية لدى المبحوثين المعلمين (٨٤٪) للتليفزيون ، (٧٩٪)  
للصحف ، (٦٧٪) للراديو ، (٦٦٪) للملصقات ، بينما جاء الترتيب والنسب المتوية  
لدى غير المعلمين (٨٠٪) للتليفزيون (٥٩٪) للملصقات ، (٤٩٪) للراديو ، (٣٦٪)  
للصحف .

### التوصيات :

- ١- يجب أن يخضع الإعلام المصرى بكافة أجهزته ومؤسساته العاملة لحطة شاملة تضع الإطار  
العام والمبادئ الرئيسية والأهداف التنموية فى المقام الأول .
- ٢- ضرورة وضع فلسفة إعلامية تحدد أهداف العملية التنموية فى مصر - تقوم أجهزة  
الاتصال المختلفة بالاهتمام بها - عند التخطيط الإعلامى وفى التوجيه والمتابعة .
- ٣- استغلال طاقات الشباب المعطلة بتنظيم نوادى الاستماع والمشاركة والمطالعة الجماعية -  
وتجميع الشباب حول بعض البرامج التنموية والتعليمية تحت إشراف رائد يستطيع أن  
يوجه بالتعليق على مضمون تلك البرامج ويقود الحوار بين الجماعة مع إرسال نتائج ذلك  
الى الأجهزة المعنية للاستفادة منها فى التطوير .

- ٤ - تدعيم البحوث الاعلامية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية فى مجال التنمية لتحديد نوعية القطاعات المستهدفة للوسائل الاتصالية المختلفة للوقوف على طبيعة المشكلات التى تعانيها هذه القطاعات وظروفها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية حتى يمكن لكل وسيلة أن تحدد الموضوعات التى تناولها وطريقة معالجتها ، فضلا عن ذلك فإن هذه البحوث تفيد فى قياس ردود الفعل من جماهير هذه الوسائل .
- ٥ - الاستفادة من الدراسات الميدانية والاستطلاعية لدراسة أثر الرسالة الإعلامية التتموية التى تحملها وسائل الاتصال قبل نشرها وتعميمها .
- ٦ - زيادة الاهتمام بالقطاع الريفى بامداده بالملصقات التى تتناول أبعاد التنمية المختلفة .
- ٧ - التخطيط المتكامل فى استخدام الملصقات التتموية من أجل تكامل الاهداف الاتصالية للوسائل الاخرى فى زيادة الوعى بالتنمية .
- ٨ - العناية بالجوانب الفنية التصميمية واختيار النصوص التحريرية المبسطة والمختصرة السهلة فى لغتها حتى تتشعب مع لغة الجمهور المستهدف . مع مراعاة الفروق الثقافية والتعليمية للجمهور والثقافات الفرعية لقطاعات المجتمع - ريف حضر - بدو - قبلى وبحرى .
- ٩ - يجب عند تصميم الملصقات مراعاة الإطار الدلائلى للرموز والصور والكلمات والألوان لدى الجمهور المستهدف .
- ١٠ - التنوع فى أشكال الملصقات التى تعالج الفكرة الواحدة أو التى تتناول الموضوع الواحد تجنباً للملل لدى المشاهدين وحتى تتشعب مع الفروق الثقافية والتعليمية لهم .
- ١١ - العناية باختيار مواقع الملصقات فى القرى والأماكن العامة التى يتردد عليها عدد كبير من الجمهور .

دور الصحافة المصرية  
فى تنمية المجتمع المحلى  
دراسة تحليلية للصحف اليومية المصرية  
فى الفترة من ١٩٨٢/١/١ حتى ١٩٨٦/١٢/٣١  
مع دراسة ميدانية على عينة من شباب محافظة سوهاج

اسم الباحث : محمود أحمد عبد الغنى .

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

أ.د / محمد سيد محمد .

الإشراف : أ.د / منير حجاب .

سنة المنح : ١٩٩٠ .

---

مشكلة الدراسة وأهدافها :

تنبع أهمية هذه الدراسة فى محاولة لتحديد الدور الحقيقى الذى تقوم به الصحافة المصرية فى تنمية المجتمع المحلى .

ويقوم هذا البحث فى جوهره على أساسين • هما :

أولا : دراسة تحليلية لعينة من صحف الأهرام والأخبار والجمهورية فى الفترة من ١٩٨٢/١/١ حتى ١٩٨٦/١٢/٣١ ، وقد سعت هذه الدراسة الى الاجابة على التساؤلات

الآتية :



- ١- ما هي نسبة المساحة التي خصصتها الصحف الثلاث للموضوعات المتعلقة بتنمية المجتمع المحلي خلال فترة الدراسة ؟
- ٢ - الى أى مدى استخدمت الصحف الاشكال التحريرية المختلفة لتغطية موضوعات تنمية المجتمع المحلي؟
- ٣ - ما هي موضوعات وقضايا تنمية المجتمع المحلي التي اهتمت بها الصحف خلال فترة الدراسة وما هي التغيرات التي طرأت على درجات هذا الاهتمام ؟
- ٤ - هل حاولت أن تقدم حلولاً لبعض المشكلات التي تواجه تنمية المجتمع المحلي؟

ثانيا : دراسة ميدانية على شكل استبيان قام به الباحث ، بهدف الاجابة عن التساؤلات الآتية :

- ١ - ما أهم الاسباب التي تدفع الشباب الى قراءة الصحف القومية أو عدم قراءتها؟
- ٢- ما الصحيفة القومية اليومية المفضلة لدى جمهور الشباب .
- ٣- هل اهتمت الصحف القومية بالموضوعات والقضايا التي تساعد على احداث التنمية في المجتمع المحلي وأدى هذه الصحف أكثر اهتماما بها .
- ٤- ما أهم الاشكال التحريرية التي استخدمتها الصحف من وجهة نظر عينة الدراسة؟
- ٥- هل اكتفت الصحف باثارة وجهات النظر حول قضايا التنمية أم حثت على المشاركة فيها وقدمت حلولاً لمعالجتها .
- ٦- هل متابعة القضايا التنموية في الصحف القومية ساعد على الاسهام في المشروعات المقامة بالجهود الذاتية .
- ٧- ما مدى اهتمام الصحف بقضايا محافظة سوهاج في رأى العينة .

نوع الدراسة ومناهجها :

دراسة وصفية ، استخدم الباحث منهج المسح الميداني ومنهج المسح التحليلي .

## عينة الدراسة :

- عينة عشوائية بالنسبة للدراسة الميدانية .
- وعينة عشوائية منتظمة من صحف الأهرام والأخبار والجمهورية .

## نتائج الدراسة :

### أولا : نتائج الدراسة التحليلية :

- ١- جاءت صحيفة الأهرام فى مقدمة الصحف القومية من حيث المساحة التى تم تخصيصها للموضوعات والقضايا التتموية من اجمالى المساحة التحريرية وان كانت نسبة المساحة التى خصصتها الصحف الثلاثة للموضوعات والقضايا التتموية لاتتناسب مع أهمية التتمية بالنسبة للمجتمع .
- ٢- يعتبر المقال من أهم أشكال التحرير الصحفى التى استخدمت فى تناول موضوعات التتمية فى الصحف الثلاثة .
- ويرجع ذلك الى اهتمام كتاب المقالات فى الصحف القومية الثلاثة بموضوعات التتمية .
- ٣- لم تهتم الصحف بإبراز اخبار التتمية فى صفحاتها الاولى .
- ٤- لم تهتم وكالات الانباء بتزويد الصحف بالاخبار التتموية ، كما أن هناك اهمالا من الصحف فى نسبة اخبار التتمية الى مصادرها .
- ٥- جاءت الموضوعات الاقتصادية فى المرتبة الاولى من بين الموضوعات التتموية فى الصحف الثلاث يليها الموضوعات الاجتماعية ثم السياسية .

### ثانيا : أهم نتائج الدراسة الميدانية :

- ١- ان صحيفة الأخبار جاءت فى مقدمة الصحف القومية التى يفضلها أفراد العينة يليها الأهرام ثم الجمهورية .
- ٢- ان اهتمام الصحف القومية الثلاث باخبار محافظة سوهاج ضئيل .
- ٣- يعتبر موضوعات المشكلة السكانية - الهجرة من الريف للمدينة من أهم موضوعات التتمية التى تهتم بها الصحف من وجهة نظر أفراد العينة .

٤- ان متابعة القضايا التنموية فى الصحف القومية تساعد على زيادة درجة المساهمة فى المشروعات المقامة بالجهود الذاتية .

### اهم التوصيات :

١- يوصى الباحث بزيادة المساحة المخصصة لموضوعات وقضايا التنمية فى الصحف القومية اليومية (الأهرام -الأخبار - الجمهورية ) .

٢- ان يكون هناك تخطيط بين الصحف القومية اليومية ( الأهرام - الأخبار - الجمهورية) عند تناولها للموضوعات والقضايا التنموية .

٣- زيادة اهتمام الصحف القومية اليومية بالأخبار المتعلقة بتنمية المجتمع .

٤- ان تهتم وكالات الأنباء المحلية والعالمية بتزويد الصحف القومية اليومية بالأخبار المتعلقة بالتنمية .

٥- التركيز على صحيفة الأخبار عند الرغبة فى توجيه الشباب نحو برامج التنمية المحلية باعتبارها اكثر الصحف القومية اليومية التى يفضل قراءتها جمهور الشباب .

٦- ان توجه الصحف القومية اليومية العناية والاهتمام الى قضايا المجتمعات المحلية .

٧- ان تهتم الصحف القومية بموضوع التأمين باعتباره أحد الموضوعات الاقتصادية الهامة التى يمكن أن يكون لها تأثير فعال على الاقتصاد المصرى ، وعلى خطط وبرامج التنمية فى المجتمعات المحلية .

٨- ان يكون هناك استمرارية من جانب الصحف القومية اليومية فى تناولها للموضوعات والقضايا التنموية حتى يتمكن الجمهور فى المجتمعات المحلية من أن يتعرف عليها وحى يساعد ذلك على تنفيذ خطط وبرامج التنمية الموضوعة .

٩- ضرورة أن تقوم الصحف القومية بدور أكثر فاعلية فى الحث على المشاركة فى المشروعات التنموية .

١٠- ضرورة انشاء مركز علمى لمعرفة الايقاع الذى تقوم به الصحف القومية اليومية المصرية فى تنمية المجتمعات المحلية .

العوامل البيئية  
المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية  
دراسة تطبيقية على صحف الوفد والشعب  
والأحرار والأهالي والأمة  
فى الفترة من ١٩٨٠ الى ١٩٨٧م

اسم الباحث : أحمد حسين محمددين حسان .

الدرجة العلمية : دكتوراة .

إشراف : أ.د/ محمد منير حجاب د / سهام عبد الرازق عشرينى

سنة المنح : ١٩٩٢م .

---

مشكلة الدراسة :

بالرغم من الدور الكبير الذى يمكن أن تضطلع به المؤسسات الصحفية الحزبية ،  
سواء على المستوى السياسى أو على المستوى الصحفى ، وبالرغم من أن النظام  
السياسى الحالى القائم على الديمقراطية وتعدد الأحزاب وما يكفله القانون من حرية

للصحافة الحزبية وتدعيم الحكومات لها ، إلا أن هناك ظواهر تنجم عن انقراض كفاءة وفعالية المؤسسات الصحفية الحزبية في مصر وعدم قدرتها على تحقيق أهدافها المرجوة .

## أهداف الدراسة

١. التعرف على أهم الأساليب والنظم الإدارية المتبعة في إدارة الصحف الحزبية - محل الدراسة - وذلك لتحديد أهم أوجه القوة ومواطن الضعف بها .
٢. الوقوف على أهم الخصائص المميزة للبيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية ، وتحديد أهم إيجابياتها وسلبياتها .
٣. التعرف على مدى ادراك المديرين القائمين بإدارة الصحف الحزبية - محل الدراسة - للخصائص المميزة للبيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية .
٤. دراسة أثر الخصائص المميزة للبيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية على الأساليب والنظم الادارية المتبعة في إدارة هذه المؤسسات .

## نوع الدراسة ومناهجها :

- تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتقويم وتحليل خصائص ظاهرة معينة أو موقف معين تغلب عليه صفة التحديد وتستخدم هذه الدراسة مجموعة مناهج لتحقيق أهدافها هي :
- منهج مسح أساليب الممارسة للتعرف على الجوانب الادارية والتنظيمية لارتباطها بنجاح الجهود الإعلامية .
  - منهج دراسة العلاقات المتبادلة : للتعرف على حدود وأسباب وجوانب الاتفاق والاختلاف المتعلقة بظواهر الدراسة .
  - المنهج التاريخي : لتتبع نشأة الصحف الحزبية موضع الدراسة وأسباب صدورها والتطورات التي مرت بها .

## مصادر الدراسة ومجتمع البحث :

اعتمدت هذه الدراسة فى الحصول على البيانات اللازمة على أسلوب الدراسة المكتبية ، والدراسة الميدانية على النحو التالى :

### ١ - الدراسة المكتبية :

وقد تم الاعتماد على الدراسة المكتبية فى الحصول على البيانات الثانوية اللازمة لصياغة الخلفية النظرية لموضوع الدراسة والمتمثلة فى :

- تحديد مفهوم الصحافة الحزبية وأهميتها ووظائفها وتطورها .
  - تحديد مفهوم الإدارة الصحفية وأهميتها ووظائفها .
  - تحديد مفهوم البيئة المحيطة ومكوناتها وعناصرها والسمات التى تتميز بها
- وقد تم الحصول على تلك البيانات من المصادر التالية :
- الدراسات العلمية المنشورة وغير المنشورة .
  - الكتب والمراجع العلمية العربية والأجنبية .
  - المؤتمرات والدوريات .
  - السجلات والتقارير والاحصائيات المنشورة .

### ٢ - الدراسة الميدانية :

وقد تم الاعتماد على الدراسة الميدانية فى الحصول على البيانات الأولية اللازمة لتحديد أهم الأساليب الإدارية فى الصحف الحزبية - محل الدراسة - وأهم المشكلات التى تتعرض لها ، وكذلك دور العوامل والمتغيرات البيئية المحيطة فى وجود مثل هذه المشكلات . وقد استخدم الباحث فى جمع البيانات الأولية اللازمة أسلوب الاستقصاء بالمقابلة . حيث قام الباحث بمقابلات شخصية مع مفردات

العينة استخدم خلالها قائمة استقصاء أعدت خصيصا لجمع البيانات ومقابلات غير مقننة حيث قام الباحث بإجراء بعض المقابلات مع بعض المسؤولين فى الصحف الحزبية والكتاب والصحفيين الذين لهم صلة بهذه الصحف ، وكذا الكتاب والصحفيين فى المؤسسات الإعلامية ، وأساتذة الجامعات والباحثين . . وما شابه ذلك ، وقد استهدف استكمال جمع البيانات التى لم تتضمنها قائمة الاستقصاء .

### خطة البحث :

وقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة أبواب ، اشتمل الباب الأول على أربعة تناول الأول منها عرضا لمفهوم الصحافة الحزبية وأهميتها ووظائفها . وتناول الثانى نشأة الصحافة الحزبية فى الفترة من ١٩٠٧ - ١٩٧٥ م . أما الثالث فموضوعه الاحزاب السياسية المعاصرة وصحافتها . وتتضمن الرابع عرضا لعملية إدارة المؤسسات الصحفية الحزبية من حيب مفهوما وأهميتها ووظائفها والمداخل الرئيسية لدراساتها .

واشتمل الباب الثانى على ثلاثة فصول ، تناول الأول أهم الملامح المميزة للنظم والأساليب الإدارية السائدة فى إدارة الموارد البشرية فى الصحف الحزبية ، وتناول الفصل الثانى عرضا لأهم الملامح المميزة للنظم والأساليب الإدارية المتبعة فى إدارة الموارد المالية فى الصحف الحزبية ، أما الفصل الثالث فقد خصص للدراسة أهم الملامح المميزة للنظم والأساليب الإدارية المتبعة فى إدارة النواحي الفنية فى الصحف الحزبية .

وبالنسبة للباب الثالث وموضوعه : بيئة المؤسسات الصحفية الحزبية فى مصر فقد تم تقسيمه إلى ثلاثة فصول ، تناول الأول دراسة لخصائص البيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية ، ثم تحليلا للعوامل البيئية المؤثرة على إدارة الصحف الحزبية ، وتحديد اتجاهات تأثيرها على الإدارة فى الصحف الحزبية وتناول الثانى دراسة لمدى فهم وإدراك مديرى الصحف الحزبية لخصائص البيئة المحيطة ، أما الفصل الثالث فإنه يتضمن دراسة لأثر الخصائص البيئية على النظم والأساليب الإدارية فى الصحف الحزبية ، وعلاقة هذه الخصائص بالقصور الذى تواجهه الأساليب الإدارية المتبعة فى هذه الصحف .

## نتائج الدراسة :

وقد أسفرت هذه الدراسة عن مجموعة من النتائج أهمها :

١- أن البيئة المصرية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية تتسم بمجموعة من الخصائص المعوقة تتمثل فى :

أ - وجود بعض المشاكل والمعوقات السياسية والقانونية ، وتشمل :

- عدم ملائمة النظام السائد للعمل الصحفى الحزبى .
- عدم استقرار الاوضاع أو الاحوال السياسية فى المجتمع .
- جمود التشريعات والسياسات المنظمة للعمل الصحفى .
- تعتمد الجهات الرسمية حجب المعلومات عن الصحف الحزبية .
- سيطرة الحكومة على بعض العوامل المادية والمالية الخاصة بالصحف .

ب- وجود بعض المشاكل والمعوقات الاقتصادية ، وتشمل :

- سوء الأحوال الاقتصادية فى المجتمع .
- الندرة النسبية فى عوامل الانتاج المادية والبشرية .
- عدم استقرار النظام الاقتصادى فى المجتمع .

ج- وجود بعض المشاكل والمعوقات الاجتماعية والثقافية ، وتشمل :

- التمسك الشديد بالقيم الدينية والعادات الاجتماعية .
- ارتفاع نسبة الأمية فى المجتمع .
- ارتفاع حدة المنافسة بين المؤسسات الإعلامية .



٢- أن النظم والأساليب الإدارية السائدة فى الصحف الحزبية تواجه العديد من المشكلات ، تمثلت فى :

أ - وجود بعض المشكلات التى تواجه إدارة الموارد البشرية وتشمل :

- نقص عدد العاملين اللازمين لإنجاز المهام المطلوبة •
- عدم استقرار العاملين فى العمل داخل الصحف الحزبية •
- نقص المهارات فى قوة العمل •
- عدم وجود التدريب •
- ضعف الأجور والحوافز التى يحصل عليها العاملون •

ب- وجود بعض المشكلات التى تواجه إدارة الموارد المالية ، وتشمل

- عدم كفاية الموارد المالية المتاحة فى تغطية أوجه الانفاق اللازمة
- ارتفاع تكلفة الطباعة •
- اختلال العائد عن مصادر التمويل •
- عدم توافر رؤوس الأموال لدى المالك •

ج- وجود مشكلات تواجه إدارة النواحي الفنية ، وتشمل :

- صعوبة الحصول على المعلومات •
- عدم وجود مطابع •
- عدم وجود إدارة وأجهزة توزيع •

٣- اثبتت الدراسة أن هناك قصورا فى ادراك مديرى الصحف الحزبية لبعض خصائص البيئة المحيطة •

٤- اثبتت الدراسة أن معظم المشكلات أو التغييرات البيئية المحيطة بالمؤسسات الصحفية الحزبية - محل الدراسة - تؤثر سلبا على أداء الإدارة لمهامها ووظائفها في هذه المؤسسات .

٥- اثبتت الدراسة أن العوامل البيئية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية في وجود القصور في النظم والأساليب الإدارية - البشرية والمالية والفنية - في المؤسسات الصحفية الحزبية ، تؤثر على فاعلية الأداء بالصحف الحزبية .

### أهم التوصيات :

١- ضرورة إعادة النظر في الهيكل الإداري والتنظيمي للمؤسسات الصحفية ، حتى يمكن رفع كفاءة الجهاز الإداري في هذه المؤسسات ، وتدعيمها لذلك ، يوصى الباحث بالاستفادة بنظام العضو المنتدب المتخصص ماليا وإداريا ، والذي كان سائدا في الفترات السابقة ، أو الاستعانة بخبراء الإدارة والاساتذة في هذا المجال .

٢- إعادة النظر في إدارة المؤسسات الصحفية الحزبية وأدائها وفقا للمبادئ التالية:

\* الفصل بين ملكية الحزب للصحيفة وإدارتها .

\* تدعيم فكرة الإدارة الديمقراطية أو الإدارة بالمشاركة وفي هذا الإطار توضع الصيغة الملائمة لمشاركة المحررين والإداريين في اتخاذ بعض القرارات الهامة والمصيرية في تلك المؤسسات .

\* تشكيل مجلس إدارة بالانتخاب ، ومجلس تحرير له صلاحيات وقلرة على اتخاذ القرارات .

٣- أن تسعى الإدارة على إيجاد كوادر متخصصة ولديها انتماء للمؤسسة الصحفية التي تعمل فيها .

٤- تنظيم دورات تدريبية لقوة العمل الحالية بالصحيفة ، حتى يكتسبوا المهارات التي تمكنهم من أداء مهامهم المطلوبة ، ويعوضوا النقص في العمالة وعلم استقرارها .

- ٥- ان يتحمل المجلس الأعلى للصحافة ككل العلاوات التى تقررها الدولة للعاملين بالصحف الحزبية لسد العجز فى موارد تلك الصحف .
- ٦- أن يتولى المجلس الأعلى للصحافة وضع نظام عادل لتوزيع اعلانات الحكومة والقطاع العام على الصحف القومية والحزبية ، وعدم استخدام هذه الاعلانات لتطوير الصحف الحزبية .
- ٧- أن يقوم المجلس الأعلى للصحافة بوضع نظام عادل لتوزيع الدعم الحكومى على الصحف القومية والحزبية ، وعدم استغلاله أيضا فى تطوير الصحف الحزبية .
- ٨- السماح للصحف الحزبية باستيراد مستلزمات انتاج الصحف ، وتخفيض الرسوم الجمركية عليها ودعمها بالورق .
- ٩- أن تهتم الصحف القومية والحزبية على السواء بتوعية الجماهير .
- ١٠- ضمان حق صحف الاحزاب ومصحفيها فى الحصول على المعلومات والمساواة بينهم ، وبين العاملين فى الصحف القومية .
- ١١- أن تتعاون الصحف الحزبية - المعارضة - مع بعضها البعض من أجل اقامة دار للطبع والنشر والتوزيع ، تتولى طبع وتوزيع الصحف الناطقة بلسانهم ، وفى نفس الوقت يتم الاستفادة منها فى الطباعة والتوزيع للغير .
- ١٢- إعادة النظر فى كل نصوص قانون العقوبات ، لاسيما الخاصة بجرائم النشر ، وتعديل نص مادة عقوبة نشر الاخبار الكاذبة بحيث يقع على من يكذب خيرا منشورا فى صحيفة عبء اثبات عدم صحة الخبر .
- ١٣- اطلاق حرية اصدار الصحف للأشخاص الاعتبارية العامة والخاصة والأشخاص الطبيعيين المصريين ، الغاء كل القوانين الواردة فى القوانين المختلفة خاصة تلك الواردة فى القانون ١٤٨ لسنة ١٩٨٠م .
- ١٤- ضمان الحق القانونى والسياسى ، لكل القوى السياسية والاجتماعية التى تقبل الشرعية ، وتعمل فى ظلها لاصدار صحفها والتعبير الحر عن رأيها ، تعميقا للديمقراطية السليمة . . والغاء كل القيود المفروضة على حقها فى اصدار

صحفها ونشراتها اتساقا مع الدستور المصرى ، ومع حقوق الانسان وثورة  
الديمقراطية •

# المقال التحليلي

## دراسة تطبيقية على صحيفتى الأهرام والوفد

من ١٩٨٨/١/١ الى ١٩٩٠/١٢/٣١

اسم الباحث : عماد الدين عثمان ابو زيد .

الدرجة العلمية : دكتوراة .

د / محمد عمر العطار

الاشراف : د / محمد منير حجاب

سنة النح : ١٩٩٢ م .

### مشكلة الدراسة :

تتلور مشكلة هذه الدراسة فى هدف رئيسى هو " تحديد حجم الخدمة الإعلامية التى تقدمها كل من الأهرام والوفد من خلال المقال التحليلى " .  
وقد تم بلورة هذا الهدف فى مجموعة تساؤلات تستهدف الدراسة الإجابة عليها وهى :

- ١- ما درجة الاهتمام التى توليها كل من صحيفتى الأهرام و الوفد للمقال التحليلى؟
- ٢- ما الأسس الفنية للمقال التحليلى بصفة عامة ، وفى صحيفتى الأهرام والوفد بصفة خاصة ؟
- ٣- ما السمات المميزة لكتاب المقال التحليلى فى صحيفتى الدراسة ؟
- ٤- ما العوامل التى تؤدى إلى زيادة فاعلية المقال التحليلى؟
- ٥- ما الموضوعات التى تلقى اهتمام المقال التحليلى فى صحيفتى الدراسة ؟

## نوع الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد . . وتعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالاتها ، وتصل عن طريق ذلك إلى إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها .

## المنهج المستخدم :

١ - المنهج التاريخي : وذلك لصلاحته لرصد نشأة المقال التحليلي وتطوره ولتابعة المفاهيم المتعددة للمقال التحليلي وارتباط ذلك باختلاف الظروف التاريخية من ناحية وباختلاف الواقع الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي من ناحية ثانية .

٢ - منهج تحليل المضمون : وهذا المنهج يمكننا من وضع خطة منظمة للدراسة المقال التحليلي تبدأ بمجموعة من التساؤلات واختيار عينة من صحفتي الدراسة وتصنيفهما وتحليلهما كمياً وكيفياً - الأمر الذي يتيح إجراء المقارنة بين أسلوب ومعالجات المقال التحليلي لأهم القضايا المثارة في لصحيفتين .

٣ - المنهج المقارن : ويستخدم هذا المنهج للمقارنة بين فن المقال التحليلي في صحفتي الأهرام والوفد ، وكذلك أساليب الممارسة والخصائص المميزة لكتاب المقال التحليلي في الصحيفتين .

## مجتمع وأداة الدراسة :

حدد الباحث مجتمع دراسته التطبيقية والمقارنة على صحفتي الأهرام والوفد . واستخدم لجمع مادته الأدوات الآتية :

١ - استمارة تحليل المضمون .

٢- المقابلات العلمية مع بعض كتاب المقال التحليلي فى الصحف المصرية ، وبعض كتاب المقال الصحفى بوجه عام .

أهم نتائج الدراسة :

أولا : فيما يتعلق بالخصائص العامة للمقال الصحفى:

(١) بالنسبة للمساحة :

أ- جاءت صحيفة الأهرام فى الترتيب الاول من حيث عدد المقالات التحليلية المنشورة خلال فترة الدراسة (١٥٦) مقالا تحليليا ، وفى الترتيب الثانى صحيفة الوفد ( ١٣٣ ) مقالا تحليليا .

ب- بلغ المتوسط اليومى لنشر المقال التحليلي فى الأهرام (١,٤٤) مقال تقريبا ، يليها بعد ذلك الوفد (١,٢٣) مقال تقريبا .

ج- بلغ متوسط مساحة المقال التحليلي الواحد فى صحيفة الأهرام ٧٩٥سم<sup>٢</sup> يليها بعد ذلك مساحة المقال التحليلي فى صحيفة الوفد ٥١٩,٧ سم<sup>٢</sup>

د- بالنسبة لمساحة المقال التحليلي إلى المساحة التحريرية بلغت فى الأهرام ٥,٦ ٪ أما فى الوفد فبلغت ٣,٣ ٪ من إجمالى المساحة التحريرية فيهما .

٢- فيما يتعلق بترتيب أنواع المقال التحريري فى صحيفتى الدراسة :

أ - جاء ترتيب أنواع المقال التحليلي فى صحيفة الأهرام كالتالى :

فى الترتيب الأول المقال التحليلي السياسى - فى الترتيب الثانى المقال التحليلي الاقتصادى - فى الترتيب الثالث المقال التحليلي الاجتماعى - فى الترتيب الرابع المقال التحليلي الدينى - فى الترتيب الخامس المقال التحليلي الثقافى - فى الترتيب السادس المقال التحليلي العسكرى - فى الترتيب السابع المقال التحليلي الرياضى .

ب- جاء ترتيب أنواع المقال التحليلي فى صحيفة الوفد كالتالى :

فى الترتيب الأول المقال التحليلى السياسى - فى الترتيب الثانى المقال التحليلى الاقتصادى - فى الترتيب الثالث المقال التحليلى الدينى - فى الترتيب الرابع المقال التحليلى الاجتماعى - فى الترتيب الخامس المقال التحليلى العسكرى - فى الترتيب السادس المقال التحليلى الثقافى - فى الترتيب السابع المقال التحليلى الرياضى .

ثانيا : الأسلوب البنائى لعرض المقال التحليلى فى صحيفتى الأهرام والوفد:

(أ) الأسلوب البنائى لعرض مقدمة المقال التحليلى :

١- الأسلوب البنائى لعرض مقدمة المقال التحليلى فى الأهرام :

جاء فى الترتيب الأول طرح قضية من القضايا التى ترتبط بالرأى العام بنسبة ٧٧٪ وفى الترتيب الثانى جاء إبراز حدث هام من الأحداث بنسبة ٥١٪ وفى الترتيب الثالث والأخير جاء تقديم اقراح جديد يهم القراء بنسبة ٨٪ .

٢- الأسلوب البنائى لعرض مقدمة المقال التحليلى فى الوفد:

جاء فى الترتيب الأول طرح قضية من القضايا التى ترتبط بالرأى العام بنسبة ٧٦٪ وفى الترتيب الثانى إبراز حدث هام بنسبة ٣٩٪ وفى الترتيب الثالث تقديم اقراح جديد يهم القراء بنسبة ١٢٪ .

(ب) الأسلوب البنائى لعرض جسم المقال التحليلى :

١- الأسلوب البنائى لعرض جسم المقال التحليلى فى صحيفة الأهرام :

جاء أسلوب تقديم المعلومات الخلفية للموضوع فى الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪ - وفى الترتيب الثانى جاء أسلوب كشف أبعاد الموضوع ودلالاته بنسبة ٨٩,٧٪ ، يلى ذلك تقديم الأدلة والبراهين والشواهد بنسبة ٦٦,٧٪ وفى الترتيب الأخير جاء تقديم البيانات والإحصائيات بنسبة ١٥,٤٪ .

٢- الأسلوب البنائى لعرض جسم المقال التحليلى فى صحيفة الوفد :



جاء أسلوب تقديم المعلومات الخلفية للموضوع بنسبة ١٠٠٪ يلى ذلك كشف أبعاد الموضوع ودلالاته بنسبة ٩٧٪ يلى ذلك تقديم أدلة وبراهين وشواهد بنسبة ٤٨٪ يلى ذلك فى الترتيب الأخير تقديم البيانات والإحصائيات بنسبة ١٨,٢٪.

(ج) الأسلوب الينائى لعرض خاتمة المقال التحليلى:

١- فى الأهرام :

جاءت خلاصة وجهة نظر الكاتب فى الموضوع فى الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪، وفى الترتيب الثانى جاءت استشارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالموضوع بنسبة ٢٨٪ ، بينما لم يستخدم أسلوب فتح الحوار بين الكاتب والقراء وغيره من الكتاب .

٢- فى الوفد :

جاءت خلاصة وجهة نظر الكاتب فى الترتيب الأول بنسبة ١٠٠٪ يلى ذلك فى الترتيب الثانى استشارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالموضوع بنسبة ١٤٪ يلى ذلك فى الترتيب الأخير فتح حوار بين الكاتب والقراء وغيره من الكتاب بنسبة ٣٪.

ثالثا : فيما يتعلق بالهدف من نشر المقال التحليلى فى الأهرام والوفد :

(١) فى صحيفة الأهرام :

شملت أهداف نشر المقال التحليلى فى الأهرام أربعة أهداف جاءت على الترتيب الآتى : الترتيب الأول التعليق على الأحداث الجارية بنسبة ٧٢٪ ، وبعد ذلك فى الترتيب الثانى بنسب متساوية كل من الإعلام ٢٣٪ ، وعرض موقف واتجاه معين ٢٣٪ ، أيضا وفى الترتيب الرابع والأخير جاء هدف الشرح والتفسير بنسبة ١٨٪.

(٢) فى صحيفة الوفد :

شملت أهداف نشر المقال التحليلي في صحيفة الوفد ، أيضا عرض موقف أو اتجاه معين بنسبة ٧٩٪ ، وفي الترتيب الثاني التعليق على الأحداث الجارية بنسبة ٦١٪ وفي الترتيب الثالث الشرح والتفسير بنسبة ١٢٪ وفي الترتيب الرابع الإعلام بنسبة ٩٪ .

رابعا : أسلوب عرض المقال التحليلي في صحيفتي الأهرام والوفد :

(١) في صحيفة الأهرام :

اقتصروا أسلوب العرض المستخدم في الأهرام على أسلوبين هما الأسلوب المنطقي بنسبة ٨٧٪ وبعد ذلك الأسلوب الذي يمزج بين المنطق والعاطفة بنسبة ١٣٪ .

(٢) في صحيفة الوفد :

اقتصروا الأسلوب المستخدم أيضا على أسلوبين ، الأسلوب المنطقي في الترتيب الأول بنسبة ٧٠٪ ثم بعد ذلك الأسلوب الذي يمزج بين المنطق والعاطفة في الترتيب الثاني بنسبة ٣٠٪ .

خامسا : ارتباط المقال التحليلي بالأحداث والقضايا :

(١) في صحيفة الأهرام :

جاء ارتباط المقال التحليلي في الأهرام مع القضايا الجارية ، في الترتيب الأول مناقشة القضايا الجارية بنسبة ٦٦٪ وفي الترتيب الثاني يناقش قضايا غير جارية ٢٨٪ ، وفي الترتيب الثالث جاء كل من يربط بين قضية جارية وأخرى سابقة بنسبة ٨٪ ويتبنى بأحداث مستقبلية بنسبة ٨٪ أيضا .

(٢) وفي صحيفة الوفد :

جاء ارتباط المقال التحليلي في الوفد مع القضايا الجارية كالآتي:  
في الترتيب الأول مناقشة القضايا الجارية بنسبة ٥٨٪ وفي الترتيب الثاني مناقشة القضايا غير الجارية بنسبة ٤٢٪ وفي الترتيب الثالث يربط بين قضية جارية وأخرى

سابقة بنسبة ٦٪ وفي الترتيب الرابع والأخير يتبقى بأحداث مستقبلية بنسبة ٣٪.

### التوصيات :

- ١- زيادة مساحة المقال التحليلي بما يتفق وأهميته .
- ٢- ضرورة الأخذ بكافة الأساليب التي تساعد على زيادة الثقة في الصحيفة باعتبارها الأساس في الإقناع والتأثير - فالمقال التحليلي - ما هو إلا جزء من الصحيفة والصحيفة المقنعة لا تؤثر بجزء دون الآخر . . ولذلك تعد الثقة في الصحيفة من أهم مقومات الإقناع والتأثير .
- ٣- ضرورة الاهتمام بتوفير الخصائص الفنية لتحرير المقال التحليلي من حيث فكرته ومادته وبنائه الفني وأسس كتابته حيث أنها من العوامل الأساسية في زيادة فعالية المقال التحليلي .
- ٤- الاهتمام بالمعالجة الإقناعية المزودة بالأدلة والإحصائيات والشواهد المختلفة التي تساعد المقال التحليلي على تحقيق الإقناع المطلوب .
- ٥- أن تخصص الصحف صفحات يومية للمقالات التحليلية إلى جانب الصفحات المتخصصة وأن تنشر العديد من المقالات تحت عناوين إشارية ثابتة .
- ٦- أن تهتم الصحف بمختلف موضوعات المقال التحليلي إلى جانب اهتمامها بالمقال التحليلي السياسي .
- ٧- الاستعانة بعناصر الاستكمال - لمصاحبة المقال التحليلي حيث أنها تلعب دورا هاما في توضيح الفكرة ، وفي اشتراكها مع العنوان على تثبيت عين القارئ فرة من الزمن على المقال التحليلي .
- ٨- العناية بإخراج المقال التحليلي الإخراج المناسب بما يتفق وأهميته .
- ٩- الاعتماد أكثر على الكتاب من الصحفيين في كتابة المقال التحليلي ذلك أنهم أقدر من غيرهم في ممارسة فن الكتابة الصحفية

- ١٠- من الأهمية أن يفتح الكاتب الحوار مع القراء ومع غيره من الكتاب في خاتمة بعض المقالات بما يثرى الحياة العملية بالمزيد من الآراء والاتجاهات .
- ١١- الاعتماد أكثر على الأسلوب المنطقي في عرض المقال التحليلي نظراً لطبيعته الجادة .
- ١٢- الاهتمام بالربط بين القضايا والأحداث والظواهر الجارية بتلك السابقة في سبيل استتاج أحداث مستقبلية .
- ١٣ أهمية استحداث مركز للدراسات داخل الهيكل التنظيمي لكل مؤسسة صحفية
- ١٤- يجدد الباحث الدعوة للمؤسسات الصحفية وللمجلس الأعلى للصحافة ولنقابة الصحفيين للاستفادة من الدراسات والبحوث التي تجرى في مجال الإعلام ، وعقد اللقاءات والندوات لمناقشتها والاستفادة مما جاء فيها .

# المقال العمودى

## فى الصحافة المصرية

### دراسة فنية تحليلية

### فى الفترة من ( ١٩٨٥ - ١٩٨٩ )

اسم الباحث : صابر حارص محمد.

الدرجة العلمية : الدكتوراة .

الإشراف : أ.د/ محمد منير حجاب .

دكتوراه / سهام نصار

سنة المنح : ١٩٩٤ .

---

### مشكلة الدراسة وأهميتها :

يمكن صياغة المشكلة البحثية فى السؤال الآتى :

ما الخصائص العامة والفنية لتحرير المقال العمودى فى الصحافة المصرية خلال الفترة من ١٩٨٥ - ١٩٨٩ ؟ وما مدى التزامه بهذه الخصائص وفقا للأسس العلمية التى ينبغى أن يلتزم بها ؟ .

### أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى الإجابة عن تساؤل رئيسى هو :

ما الخصائص العامة والفنية لتحرير المقال العمودى فى الصحافة المصرية خلال فترة الدراسة فى ضوء المحاور التالية :

الأول : على مستوى الأعمدة الصحفية محل الدراسة ككل .

الثانى : على مستوى كل عمود على حدة .

الثالث : على مستوى المقارنة بين الأعمدة أو الكتاب فى كل فئة على حدة .

### نوع الدراسة :

تنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التى تستهدف جمع البيانات والمعلومات والآراء والارقام حول الجوانب النظرية ، والفنية ، والتحليلية لمضمون العمود ، ثم تصنيف هذه البيانات وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها تحليلًا شاملاً بهدف استخلاص نتائج ودلالات يمكن أن تؤدى إلى إصدار تعميمات بشأن السمات العامة والفنية التى يتميز بها العمود فى الصحافة المصرية ثم الأسس العلمية التى ينبغى أن يلتزم بها ليوّدى دوره بنجاح .

### المناهج المستخدمة :

١ - منهج المسح : تعتمد الدراسة بصفة أساسية على منهج المسح الإعلامى ( مسح المضمون ) لعينة من الأعمدة العامة بصحف الأهرام والأخبار والجمهورية وأخبار اليوم والأحرار والأهالى والوفد فى الفترة من ١٩٨٥ - ١٩٨٩ ، ويستهدف المسح الإعلامى التعرف على خصائص المعالجة الفنية والعامة لتحرير العمود الصحفى .

٢ - المنهج المقارن : وتعتمد الدراسة أيضاً على المنهج المقارن كمنهج مساعد وذلك بهدف إجراء المقارنات بين الأعمدة فى كل فئة من فئات الدراسة التحليلية والتى تعكس الخصائص العامة والفنية للأعمدة ( نوعية الموضوعات ، نوعية المصادر ،

نوعية الأعمدة ، نوعية الوظائف ، نوعية أساليب الاقتناع ، نوعية اللغة المستخدمة، نوعية المقدمات ، نوعية النهايات ، وهكذا .

## أدوات جمع البيانات :

تعتمد الدراسة على أداتين أساسيتين فى جمع بياناتها العلمية :

١- أداة تحليل المضمون : من خلال استمارة تحليل المضمون ، والتي تستخدم فى إطار منهج المسح الإعلامى بهدف تحليل محتوى الأعمدة الصحفية موضع الدراسة .

٢- أداة المقابلة : واستخدمت فى لقاءات الباحث مع كتاب العمود والصحفيين فى المؤسسات الصحفية المختلفة بهدف الحصول على آرائهم ووجهات نظرهم فى كثير من النقاط التى أثارتها الدراسة النظرية والفنية على وجه الخصوص وكذلك فى تفسير بعض نتائج الدراسة التحليلية .

## نتائج الدراسة :

١- تصدر الموضوعات السياسية أول اهتمامات عينة الدراسة بنسبة ٤٣,١ ٪ تليها الموضوعات الاجتماعية بنسبة ٢٠,٦ ٪ ثم الموضوعات الاقتصادية بنسبة ١٦,٣ ٪، ولم تحظ بقية الموضوعات باهتمام كبير ، حيث جاءت الموضوعات الثقافية بنسبة ٤,٨ ٪ و الموضوعات العامة التى تتضمن أكثر من مجال فى وقت واحد بنسبة ٤,٧ ٪ ثم الموضوعات الدينية بنسبة ٤,٥ ٪ ، فالموضوعات الفنية بنسبة ٣,٤ ٪ ، والموضوعات العسكرية بنسبة ١,٣ ٪ ، والموضوعات الرياضية بنسبة ١,١ ٪ ، الموضوعات العلمية بنسبة ٠,٢ ٪ .

٢- إن الموضوعات الثقافية والدينية والفنية والعسكرية والرياضية والعلمية لا تحظى باهتمام معقول لدى كتاب المقال العفموى العام وقد يرجع هذا الى وجود أعمدة وصحفات متخصصة لهذه النوعية من الموضوعات .

- ٣- يعتمد المقال العمودى العام فى أفكاره على المصادر الإعلامية فى المقام الأول وذلك بنسبة ٣٦,٣٪ يليها الواقع بنسبة ١٩,٥ ٪ .
- ٤- يلتزم المقال العمودى العام باعطاء أولوية لمعالجة القضايا والمشكلات ونقد السليبات ومتابعة الأحداث الجارية .
- ٥- يلتزم المقال العمودى العام بمسئوليته نحو الدفاع عن مصالح الجمهور العام بنسبة ٦٦٪ ثم يأتى اهتمامه بمصالح الجماهير النوعية فى مرتبة تالية بنسبة ٤٢,٢٪ .
- ٦- لم يهتم المقال العمودى العام بمصالح العمال والفلاحين رغم أهمية هذه الفئات فى تنمية المجتمع المصرى على وجه الخصوص ، وقد يرجع ذلك الى احساس كاتب المقال العمودى بأمية العامل والفلاح فى القراءة والكتابة مما يدفعه الى استبعاد مخاطبة هذه الفئات فى عموده ، وهو أمر غير منطقى . . إذ لا يوجد ارتباط صحيح بين الدفاع عن مصالح فئات بعينها ، وبين ضرورة قراءة هذه الفئات لما يكتب عنها .
- ٧- يلتزم المقال العمودى العام بشكل أساسى فى بناء مادته على قالب الهرم المعتدل بنسبة ٧٣,١٪ ثم يأتى اعتماده على قالب الهرم المقلوب فى مرحلة تالية بنسبة ١٠,٩٪ ثم بقية القوالب .
- ٨- يلتزم المقال العمودى العام بالأسلوب العلمى فى افناع القراءة وذلك بنسبة ٨٣,٥٪ بينما يلجأ إلى الأساليب غير العلمية بنسبة ١٣,٧٪ وعجز بين الأسلوبين بنسبة ٢,٧٪ .
- ٩- لم يهتم المقال العمودى بالنصوص الدينية والأرقام وعرض وجهتى النظر كأدوات اقناعية ضمن الأسلوب العلمى ، حيث لم تهتم معظم أعمدة الدراسة بهذه الأدوات ، رغم أنها الأكثر صدقا ودقة من أدوات الأسلوب العلمى الأخرى (الوقائع ، التسلسل المنطقى) .
- ١٠- يستخدم المقال العمودى العام فى معظم الأحوال لغة صحيفة خالصة تخلو الى حد كبير من طابع اللغة الأدبية وذلك بنسبة ٩٠,٨٪ بينما يستخدم اللغة التى تجمع



بين الصحيفة الخالصة والأدبية بنسبة ٩,٢٪ منها ٧,٣٪ يغلب عليها الطابع الصحفى أكثر من الطابع الأدبى ، ١,٩٪ يغلب عليها الطابع الأدبى أكثر من الطابع الصحفى .

- ١١- يستخدم المقال العمودى العام عدیدا من المقدمات من أهمها: المقدمة الخيرية بنسبة ٢٨,٤٪ ، مقدمة القضايا و المشكلات بنسبة ١٩,٢٪ ، المقدمة التلخيصية بنسبة ٩,٥٪ ، الاعمدة المنشورة بدون مقدمات بنسبة ٨,١٪ .
- ١٢- يستخدم المقال العمودى العام العديد من الخواتيم من أهمها : الخاتمة التلخيصية بنسبة ٢٢١,١٪ ، الخاتمة الاستثنائية بنسبة ١٣,٩٪ ، الاعمدة التى بدون خاتمة بنسبة ٩٪ ، الخاتمة التأكيدية بنسب ٨,٢٪ ، خاتمة التعجب بنسبة ٧,٣٪ ، الخاتمة الساخرة الهجومية بنسبة ٦,١٪ خاتمة التساؤلات بنسبة ٦٪ ، الخاتمة الساخرة بنسبة ٦٪ .

### التوصيات :

- توصى الدراسة بضرورة أن يلتزم كاتب المقال العمودى بالأسس العلمية فى تحرير أو كتابة عموده حتى يكون فعالا فى التأثير فى الرأى العام وهذه الأسس هى :
- ١- ضرورة أن تكون فكرة المقال العمودى متصلة بالقراء ويفضل أن يكون اتصالها اتصالا قويا ومباشرا .
- ٢- ان يهتم المقال العمودى العام بالموضوعات الثقافية والدينية والعسكرية والعلمية خاصة وأن الجمهور فى المجتمعات النامية بشكل عام لا يزال غير مرتبط بالاعمدة المتخصصة التى تهتم بهذه النوعية من الموضوعات .
- ٣- أن يهتم المقال العمودى العام بالوثائق والتاريخ والدين والمأثورات كمصادر فى الحصول على الأفكار .
- ٤- يتبغى أن يلتزم كاتب المقال العمودى فى تكوين عناصر مادته بالحقائق أولا ثم المعلومات الصادقة ثانيا .

- ٥- ينبغي أن يلتزم بالوضوح فى جميع أبعاده - فكرة ولغة وأسلوبا - مع مراعاة ملائمة هذا الولوج على مستوى القراء المستهدفين .
- ٦- أن يعتمد على أدوات الأسلوب العلمى فى الاقناع وهى : الوقائع والتسلسل المنطقى والأرقام الصحيحة والنصوص الدينية بتفسيراتها السليمة ، وأن يتعد كل البعد عن أدوات الأسلوب غير العلمى فى الاقناع وخاصة التحيز والمبالغة والتعميم والخرافات واستثارة العواطف لأهداف غير مشروعة .
- ٧- ينبغي أن يركز كتاب المقال العمودى والصحافة بشكل عام على النصوص الدينية والأرقام وعرض وجهتى النظر كأدوات اقناعية ضمن الأسلوب العلمى .
- ٨- توصى الدراسة بضرورة التخلّى تماما عن استخدام العامية فى كتابة المقال العمودى .





مطابع الدار الهندسية



## هذا الكتاب

هو دراسة لتقديم كافة الرسائل العلمية التي منحها قسم صحافة سوهاج منذ إنشائه وحتى أكتوبر ١٩٩٤ م فى محاولة لمسح هذا الانتاج العلمى لتجنب التكرار ما أمكن وتأكيد النواحي الجدة ولابراز الاتجاهات الرئيسية لتلك الدراسات وتصنيفها وفقاً لطبيعة الدراسة ونوعها ومناهجها ووفقاً لأنوات جمع البيانات وأساليبها ووفقاً لعناصر عملية الاتصال .

وتنبع أهمية هذه الدراسة من حيث كونها تمثل محاولة لمسح الجهود فى مجال إثراء الدراسات الاعلامية وللتعرف على ملامح هذه المساهمات وتقويمها ولضرورتها من ناحية أخرى لتطوير سياسة الدراسات العليا فى هذا المجال عند تحديد مجالات البحث التى تحتاج للمزيد من الدراسة والمناهج والأساليب البحثية الملائمة لتحقيق أهداف هذه السياسات .

نسأل الله العلى القدير أن يتقبل هذا العمل من الباحثة وأن يوفقنا جميعاً الى ما فيه الخير

والله ولى التوفيق ،،،

الناشر

عبد الحى أحمد فؤاد

### صدر أيضا للناشر : من سلسلة دراسات وبحوث إعلامية

- المداخل الاساسية للعلاقات العامة : د . محمد منير حجاب د . سحر محمد وهبى
- المدخل العام - المدخل الادارى - المدخل البيئى - المدخل البحثى
- المداخل الاساسية للعلاقات العامة : د . محمد منير حجاب د . سحر محمد وهبى
- " المدخل الاتصالى "
- التفسير الاعلامى لصحيح البخارى د . محمد منير حجاب
- بحوث فى الاتصال د . سحر محمد وهبى

### دار الفجر للنشر والتوزيع



5 شارع التيسير - نهاية شارع الملك فيصل - الهرم - مصر

تليفون / فاكس 3831972

To: [www.al-mostafa.com](http://www.al-mostafa.com)